مدخل إلى
علم الصحافة

الدكتور
محمود عزت اللحام

الدكتور
ماهر عودة الشمايلة

الدكتور
مصطفى يوسف كافي





للنشر والتوزيع


للنشر والتوزيع

مدخل إلى
علم الصحافـــة

مدخل إلى
علم الصحافة

تأليف

الدكتور
محمود عزت اللحام

الدكتور
ماهر عودة الشمايلة

الدكتور
مصطفى يوسف كافي

الطبعة الأولى

2015م - 1436هـ



رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2014/1/246)

070.4

اللحام، محمود عزت

مدخل الى علم الصحافة/ مصطفى يوسف كافي، محمود عزت اللحام، ماهر عودة الشمايلة،.- عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014

( ) ص

ر.أ.: 2014/1/246

الواصفات: /الصحافة//الصحف/

• يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

الطبعة العربية الأولى

2015م – 1436هـ



الأردن – عمان – وسط البلد – شارع الملك حسين

مجمع الفحيص التجاري

هاتف: 96264646208+ فاكس: 96264646470+

الأردن – عمان - مرج الحمام – شارع الكنيسة – مقابل كلية القدس

هاتف: 96265713906+ فاكس: 96265713907+

جوال: 797896091 – 00962

info@al-esar.com – www.al-esar.com



ISBN 978-9957-524-90-6 (ردمك)

المحتويات

الموضوع	الصفحة

الفصل الحادي عشر

الفصل الثاني عشر

الفصل الثالث عشر

الفصل الرابع عشر

الفصل الخامس عشر

الفصل السادس عشر

الفصل الأول

ماهية الصحافة

(أهميتها خصائصها وظائفها تقسيماتها)

الفصل الأول
ماهية الصحافة
(أهميتها - خصائصها - وظائفها - تقسيماتها)

تمهيد:

يدخل تاريخ الصحافة قرنه السادس الميلادي بدخول القرن الحادي والعشرين، وعلى مدار خمسة قرون ميلادية كاملة مضت من عمر الصحافة كوسيلة اتصال بالجماهير لم تفقد قوتها المعهودة بالظهور المتتابع لوسائل الاتصال الحديثة، من: إذاعة وتلفزيون وسينما، بل تمكنت من الصمود وأحدثت لنفسها وظائف جديدة تلائم مراحل التطور التي يمر بها المجتمع الإنساني، فلم تصبح الصحف مجرد وريقات مطبوعة يتعود القارئ على قراءتها في الصباح أو المساء، بل أصبحت وسيلة لها دورها السياسي والثقافي والاقتصادي الملموس في حياة المجتمعات، وبفضل التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته وسائل الاتصال الجماهيرية خلال القرن العشرين، أصبحت هذه الوسائل أكثر نجاحاً في أداء أدوارها الوظيفية، ولا تجد صعوبة في الوصول إلى العالمية بأقل التكاليف. وما تزال الصحف أكثر وسائل الأعلام تمتعاً بالحرية مقارنة بوسائل أخرى مثل: الإذاعة والتلفزيون بفضل تاريخها الطويل، وكفاحها المرير دفاعاً عن حرية الرأي، وبفضل التميز العلمي والثقافي الذي يتمتع به جمهور الصحافة. وبفضل هذه الحرية أصبح لها دور مهم ومسئولية كبيرة في تشكيل الرأي العام خاصة مع تزايد الثقة بها عن غيرها من الوسائل الأخرى إبان الأزمات والقضايا المهمة[1].

بيد أن الصحف المعاصرة بجانب دورها التقليدي المتمثل في الإعلام والتثقيف والترفيه، بدأت تتبنى أدواراً أكثر جرأة من حيث مساهمتها بفاعلية في وضع أجندة القيادات السياسية على المستويات المحلية والقومية، كما بدت جهودها

(1) د. هلال ناتوت، الصحافة نشأة وتطوراً كلية الإعلام والتوثيق، لبنان

ملحوظة ومثمرة في دفع الجماهير للمشاركة السياسية في شئون بلادها، وأصبحت أكثر جراة في مراقبة أداء السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية، ونشر قضايا الفساد المتصلة هذه السلطات، وساهم ذلك في ترسيخ مكانة الصحافة كسلطة رابعة يهابها كل مسئول ويضع اعتبارًا لمساءلتها باعتبارها صوت الرأي العام في مراقبة جميع سلطات الدولة (مكي ومحمد، 1995م ص 225).

أولاً: مفهوم الصحافة

تعتبر الصحافة الغذاء الفكري اليومي في تنوير عقول الناس بإطلاعهم على مجريات الحوادث والمعارف يتناولها شؤون الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأدبية.

لهذا قال الأستاذ الجسر من مهام رسالتها... الكشف عن الحقيقة وهي مهمة رسوليه ورسالية في آن معاً.

يرى الباحثون انه من الصعب الاتفاق حول مفهوم موحد لصحافة وذلك بسبب:

1) كثرة الدراسات العملية حول الصحافة وتنوعها.
2) تطور الممارسة الصحفية وتعبها (صحافة يومية – صحافة أسبوعية – صحف متخصصة الخ...).

يمكن تعريف الصحافة من خلال أربعة مداخل هي:

1) المدخل اللغوي.
2) المدخل القانوني.
3) المدخل الإيديولوجي.
4) المدخل التكنولوجي.

أولاً: المدخل اللغوي:

في اللغة الانجليزية:

- ترتبط كلمة الصحافة حسب المعاجم الانجليزي تعني الطباعة ونشر الأخبار والمعلومات.
- كلمة PRESS يقصد بها الصحيفة.
- أما كلمة JOURNALISM تستعمل للإشارة إلى الصحافة.
- كلمة JOURNALIST تني هنا الصحف وتعني كلمة الصحافة هنا الصحيفة والصحفي والممارسة الصحفية.

في اللغة العربية:

- في القاموس المحيط كلمة الصحيفة تعني الكتاب وجمعها صحائف.
- في المعجم الوسيط تعني إضمامة من الصفحات تصدر بشكل يومي أو في مواعيد منتظمة وجمعها صحف وصحائف والصحفي هو الذي يأخذ الم من الصحيفة وليس من الأستاذ.
- أما المعنى المتعارف عليه اليوم في العربية لكلمة الصحافة فقد حدد الشيخ نجيب حداد مؤسس صحيفة لسان العرب في الإسكندرية وهو أول من استعمل لفظة الصحافة بمعنى صناعة الصحف والكتابة فيها ومنها أخذت كلمة صحافي.
- كلمة صحافي أكثر دلالة من صحفي بالنسبة للذي سيعمل في الصحافة وهي المقابل الأصح لكمة PRESS. (إذا في الصحافة هي مهنة إصدار الصحف)

ثانيا المدخل القانوني لتعريف الصحافة:

تشابهت التعريفات العربية للصحافة من حيث المدخل القانوني فكانت كالآتي:

1) **الصحافة: هي الجرائد والمطبوعات التي تصدر باسم واحد وبصفة دورية.**
2) **الصحافة: هي مهنة تحرير أو إصدار المطبوعات الصحفية.**
3) **الصحيفة: هي كل دورية يتكرر صدورها في مواعيد محددة (أي ان الصحيفة اليومية تصدر كل يوم كامل السنة لا تتوقف عن الصدور ثم تعود، أما المجلة فتصدر كل أسبوع).**
4) **الصحفي المحترف: هو من يباشر بصفة أساسية ومنتظمة مهنة الصحافة في صحيفة يومية أو دورية أو في وكالة أنباء ويتقاضى أجرا مقابل ذلك.**

ثالثا المدخل الإيديولوجي لتعريف الصحافة:

- **الصحافة ترتبط تعريفها الإيديولوجيات السائدة في المجتمع التي تصدر فيه.**
- **الإيديولوجيا ترتبط بالفلسفة السياسية والاقتصادية التي يقوم عليه مجتمع ما.**

الإيديولوجيات: هي مجموعة من الأفكار السياسية والقيم التي تحكم مجتمعا معينا والأحزاب لها إيديولوجيات تدافع عنها.

من التعريفات الإيديولوجية للصحافة:

هنالك تعريفات إيديولوجية كثيرة للصحافة منها:

1. **التعريف الليبرالي للصحافة: الصحافة هي أداة للتعبير عن حرية الفرد من خلال حقه في ممارسة حقوقه وحرياته السياسية والمدنية، كما أنها معيار للحريات الفردية الأخرى مثل حرية التفكير والإقناع وحرية التعبير وهي مرتبطة بالديمقراطية.**

2. التعريف الاشتراكي للصحافة: حيث أن الاشتراكية هي إيديولوجيا تقوم على إعطاء الدولة دور هام على حساب الفرد، والأنظمة الاشتراكية تراجعت في نهاية الثمانينات مع نهاية الإتحاد السوفييتي، وفيها يتم تعريف الصحافة على أنها نشاط اجتماعي يقوم على نشر المعلومات للراي العام كما أنها ظاهرة ملتزمة وإنسانية تخدم باستمرار أهداف طبقة معينة ومن حيث الاشتراكية ينظر إلى الصحافة من حيث علاقتها المتبادلة مع المجتمع ودورها في العملية الاجتماعية.

إذا الجانب الإيديولوجي يركز على الجانب الوظيفي للصحافة إذا الوظائف الإيديولوجية للصحافة هي:

1. وظيفة ترتبط بالحرية حرية التعبير.
2. وظيفة اجتماعية الدور الاجتماعي للصحيفة لصالح المجتمع.

رابعا: المدخل التكنولوجي لتعريف الصحافة

تمثل الصحافة مجالاً لتكنولوجيات عديدة إذ ارتبطت الصحافة:

1. المطبعة: كتكنولوجيا لإنتاج الصحف حيث أن الصحافة ظهرت بفضل ظهور الطباعة.
2. الابتكارات التكنولوجية المتعاقبة (الراديو— التلكس لنقل الأخبار من الأماكن البعيدة التي يغطونها).
3. الانترنت (حيث أن الصحفي يستخدم البريد الالكتروني لإرسال مقالاته كما أنه يستفيد من الانترنت في البحث عن المعلومات، كما أنشئت الصحف مواقع انترنت لتوزيع مضامينها).
4. استخدام الصحف التكنولوجيات الحديثة لحفظ مضامينها على أرشيفها الرقمي مثل استخدام التصوير الرقمي.

السؤال ما هو مصير الصحافة بسبب التطور التكنولوجي:

1. هل ستندثر الصحافة مع تطور التكنولوجيات وخاصة الانترنت؟
2. هل سيمثل الانترنت بديلا للصحافة؟ (حيث أن الصحف أصبحت الكترونية موجودة على شبكة الانترنت ويمكن الحصول عليها مجاناً وتوفر معلومات كبيرة).
3. هل سيواصل الناس شراء الصحف؟

(التطور التكنولوجي يمكن أن يحدث تغييراً جذرياً في بعض العناصر الرئيسية للصحافة كمطبوعة دورية منتظمة الصدور حيث أن الصحيفة الإلكترونية ليست محكومة بدورية معينة فالموقع يغير مضمونها عديد المرات في اليوم الواحد أو كل أسبوع).

عرف المعجم الوسيط الصحافة (بكسر الصاد) بأنها: "مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة، والصحيفة إضمامة من الصفحات تصدر يومياً أو في مواعيد منتظمة وتتضمن أخبار السياسة والاجتماع والاقتصاد والثقافة وما يتصل بها" (مجمع اللغة العربية، 1972 م، ص 508).

وتتعدد التعريفات الاصطلاحية لمعنى ومفهوم الصحافة، فيعرفها فريزر بوند بأنها: جميع الطرق التي تصل بواسطتها الأنباء والتعليقات عليها إلى الجمهور، وكل ما يجري في العالم، ويهم الجمهور، وكل فكر وعمل ورأي تثيره تلك المجريات، يكون المادة الأساسية للصحفي (مكي ومحمد، 1995م، ص 227).

كما عرفها حمزة بأنها "في معناها الضيق الصحف والمجلات والنشرات ونحو ذلك والصحافة بمعناها الواسع تعني جميع وسائل الأعلام المعروفة في وقتنا الحاضر من إذاعة وتلفزيون وسينما ومسرح وصحافة (حمزة، 1984م، ص 36).

ورغم تعدد التعريفات العربية والأجنبية لمفهوم الصحافة إلا أن الشمول ينقصها، وقد يعود ذلك إلى تركيز الباحثين على جوانب محددة في تعريفاتهم في الوقت الذي تتعدد فيه جوانب مفهوم الصحافة، وهناك رؤية بضرورة أن يتضمن أي تعريف للصحافة أربعة معانٍ أساسية حددها أبو زيد (1998م، ص ص 48.51، كما يلي:

المعنى الأول: الصحافة بمعنى الحرفة أو المهنة وهي من هذا المنظور لها جانبين هما:

1. الجانب الأول: الصحافة نشاط صناعي وتجاري (حيث أن العمليات التي تتطلبها الصناعية الصحفية هي : الطباعة – التصوير – التوزيع – التسويق – الإدارة – الإعلان).
2. الجناب الثاني: يتصل بالشخص الذي يمارس مهنة الصحافة وهو الصحفي (أي الشخص الذي يقوم بالحصول على الأخبار والأحاديث والتحقيقات الصحفية والرسم والإخراج الصحفي).

المعنى الثاني: الصحافة تعني المضمون الذي تنشره الصحيفة (أي الأخبار – التحقيقات الصحفية – مقالات) وهي من هذه الناحية تستوجب الفن والعلم فهناك:

1) فنون التحرير الصحفي (كتابة المقالات).
2) فنون الإخراج الصحفي (تصميم الصحيفة).

(وهذه الفنون تطورت وصارت علما يدرس في جامعات ولها قواعد علمية وبما انها فن فإن الصحافة تتطلب موهبة لخلق الصحفي الذي يشد جمهور القراء حيث أن الصحافة هي حرفة وفن وصناعة).

المعنى الثالث: الصحافة من حيث الشكل الذي يصدر به (فالصحف دوريات مطبوعة تصدر في عدة نسخ في مواعيد ثابتة ومنتظمة، وهذا المعنى يجعلها تقتصر على الدوريات المطبوعة التي ظهرت بعد اكتشاف المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر).

(الكتاب ليس صحيفة لأنه لا يصدر بشكل منتظم فأول صحيفة مطبوعة ظهرت في نهاية القرن السادس عشر وبهذا التعريف يتم الفصل تاريخيا بين الصحافة والإعلام وذلك رغم وجود تيار يربط بينهما).

من التيارات التي يربط بين الإعلام والصحافة: أيهما أقدم الصحافة أم الإعلام؛

1. الإعلام أقدم من الصحافة فقد نشأ الإعلام مع ظهور حاجة الإنسان لنقل المعلومات أي مع بدأ الحياة الاجتماعية.
2. الصحافة فلم تظهر إلى مع اكتشاف المطبعة على يد غوتنبرغ.

المعنى الرابع: الصحافة في علاقتها بالوظيفة التي تؤديها في المجتمع هي رسالة تهدف إلى خدمة المجتمع، ومن هذا المعنى فهي:

1. متصلة بالواقع الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع الذي تصدر فيه.
2. مرتبطة بالنظام السياسي والاجتماعي السائد في المجتمع وكذلك الإيديولوجيا التي تحكمه (هذا الأمر انتج مدارس صحفية متباينة).

ثانياً: أهمية الصحافة

لا يمكن تصور مجتمع في عصرنا الحاضر دون صحافة، فهي ضرورة من ضرورات الحياة وتقدم المجتمع وسعية نحو النمو والازدهار. وبشكل أكثر تحديداً فإن أهمية الصحافة تنبع مما يلي:

1) تعليم الواجبات

تعد الصحافة من أهم وسائل الإعلام فهي حارسة الأمة الأمين (حمزة، 1968 م، ص 16)، حيث تعتبر الصحافة السلطة الرابعة التي تتابع أداء جميع سلطات الدولة باعتبارها صوت الرأي العام، إضافة إلى تعريفها للمواطنين بحقوقهم وواجباتهم.

2) اقدم الوسائل:

تعتبر الصحافة أم الوسائل الإعلامية لأنها اقدمها عهداً، ومنها انبعثت، لذلك تحن الوسائل الأخرى إلى الصحافة وتحاول العودة إليها بين الحين والأخر (خضر، 1407 هـ، ص 152).

3) تأثير الكلمة المطبوعة:

وتتجلى هذه الأهمية في الكلمة المطبوعة وسيلة فعالة للوصول إلى عقول وقلوب وعواطف الجماهير، وبالتالي تؤثر في الفكر والعقل والسلوك، وللصحافة المطبوعة جانب واحد ضعيف: إنها صامتة تخلو من الصوت، ولكن هذا الضعف مصدر قوة لها فهي الوحيدة من وسائل الإعلام التي تمكن القارئ من تحديد سرعة القراءة وتذوق الكلمات والاستمتاع برنين جرسها (طه، 1980 م، ص 80).

وقد جرى العرف الصحفي على أن تكون الصفحة الأولى مخصصة لأهم الأخبار وأشدها إثارة مهما اختلفت أنواعها والتي دللت عليها الدراسات بأن الصفحة الأولى أهم صفحات الصحيفة تليها الصفحة الأخيرة ثم الصفحة الثالثة ثم صفحتا الوسط (الحوشان، 2002 م، ص 432).

ثالثاً: خصائص الصحافة

تتميز الصحافة عن غيرها من وسائل الإعلام بمجموعة من الخصائص كما حددتها حقيق (1993 م، ص ص 186، 184)، على النحو التالي:

1. يقول بعض الباحثين أن عيب الصفحة المطبوعة هو خلوها من الصوت، بينما يرى آخرون أن صمت الصفحة المطبوعة هو سر قوتها وفاعليتها. والواقع كما يقرره العلماء هو أن المرء عندما يطالع صحيفة ما، إنما يخلو لحوار مع ذاته، يتنصت فيه لرنات صوته، وهي تلتقف الأحرف والكلمات والأسطر فتتمهل حينا لتعي المكتوب، وتسرع حينا آخر لتسابق المعنى، وقد تعيد بعض الفقرات مرات ومرات إعجابًا وتأملا، ويستمر الأمر هكذا حتى يصل المرء إلى درجة عليا من الاستمتاع تدفعه دفعًا لأن يكون أسيرًا للوسيلة فلا يتوانى عن البحث عنها، ولا يهمه بذلك المال والجهد في سبيل الحصول عليها.
2. الصفحة المطبوعة تحرص أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى على أن يكون هدفها الأساسي هو الإعلام، ومهمتها هي المهمة الإخبارية، فإلى جانب صحافة الخبر نجد أيضًا صحافة الرأي.
3. تعتبر الصفحة المطبوعة كما قال أفلاطون "وسيلة السرد الرزين"، لذا فقد تميز جمهورها بالتركيز والانتباه وبذل الجهد. ويصفه بعض الكتاب بأنه جمهور منتقٍ ومتعلم.
4. تعتبر الصحافة من وجهة نظر العديد من الباحثين مرآة للرأي العام، ويعتبرها البعض الآخر منبر الرأي العام ومدرسة للشعب، فهي إلى جانب عراقتها وقدرتها المختلفة على التأثير والتوجيه والتنوير، فهي تمثل إعلام

الموقف، فلم تتخلى أبدًا عن مبادئها وشرفها وحرصها على أن تكون صوتًا صادقًا للرأي العام، على الرغم من ضغوط أصحاب السلطة وأنصارهم.

5. يتميز الإعلام المكتوب بقدرته على عرض أي موضوع يشاء، في أي صورة وبأي طريقة وفي أي حجم.
6. يتجه الإعلام المكتوب إلى جانب توفيره لصحافة ذات اهتمامات عامة نحو التخصص، ويعتبر من أرخص وأفضل الوسائل الإعلامية على الإطلاق للوصول إلى الجماهير صغيرة الحجم والمتخصصة.
7. يسمح الإعلام المكتوب للقارئ بأن يسيطر على ظروف وعدد مرات التعرض للرسائل الإعلامية، مع إمكانية الرجوع إليها في أي وقت وتحت أي ظرف.

رابعًا: وظائف الصحافة:

يمكن تحديد وظائف الصحافة بشكل عام فيما يلي:

1. الإعلام والإخبار:

وهي المسؤولية الأولى للصحافة، وتأتي عن طريق مواكبة الحياة العامة بكل فروعها، ويدخل تحت نطاق عملية الأخبار شرحها ومحاولة استقصاء نتائجها، والتعرف على ملابساتها والتعليق الهادف عليها، ويأتي هذا بطرق مستقلة عن الخبر، وهو ما يطلق عليه التحقيقات الصحفية والتقارير والتعليقات، والاستطلاعات، والهدف من وراء ذلك إنارة الرأي العام بالحقائق دون تزييف أو تحريف، أو تمويه لئلا يقع القارئ فريسة للدعاية المنحرفة (المشعلي، 2003م، ص 38).

2. الرأي والتوجيه:

وهي معالجة المشكلات العامة والقضايا الأساسية للمجتمع عن طريق المحررين المختصين، وأصحاب الرأي، وهو ما يسمى بسلطة الصحافة. ومن هذه النقطة استمدت الصحافة سلطتها وقيادتها للشعوب. وأصبح الإنسان المتمدن لا غنى له عنها، فهي تصور آراءه، وأذواقه، وتدافع عن مصالحه، وحقوقه، وتربط بينه وبين العالم أجمع بحلقات اتصال لا يمكنه أن يعيش بدونها، وهو يرى فيها دائرة معارف كبرى، وموسوعة عامة لكل متطلباته من الغذاء العقلي والترفيهي (المشعلي، 2003 م، ص 38).

3. التقييم:

ويتمثل في البرامج المصممة لتقديم المعلومات لهؤلاء المهتمين بموضوع معين، ويبحثون عن مواد إضافية (وصفية أو تحليلية)، لكي تساعدهم على تقييم ما يبحثون فيه (القحطاني، 1999 م، ص 47).

4. التوعية والتثقيف:

كان اقتصار الصحف على تقديم الأخبار دون تفسير وتوضيح لها، وإبداء الرأي بشأنها، عاملاً قلل من شأن وأهمية الصحافة لدى المفكرين والمثقفين قبل الثورة الفرنسية (1789 م)، لدرجة جعلت المفكر الفرنسي (جان جاك روسو) يصف الصحافة بأنها مجرد نشرات عابرة لا تفيد المثقفين، بل تزيد النساء والأغبياء غروراً فوق غرورهم، وقد يفسر ذلك إحجام كبار المثقفين والمفكرين الفرنسيين قبل الثورة عن الكتابة للصحافة.

إلا ان قيام الثورة الفرنسية أحدث تغييرًا جوهريًا في مضمون الصحافة، حيث أن صحف الرأي تظهر إلى حيز الوجود، وبدأ الرأي يأخذ مكانته في الصحافة، ويحتل مكانة سامية لدى المثقفين، وبدأ المفكرون والفلاسفة يكتبون للصحافة. بل أصدر بعضهم صحفًا للتعبير عن آرائهم وأفكارهم تجاه الأحداث الجارية.

أما الصحافة العربية فقد عرفت وظيفة التوعية والتثقيف، مع ظهور الصحافة الشعبية في مصر في عهد الخديوي إسماعيل (ابوزيد، 1998 م، ص ص 62 – 63).

وبدأت مساحات الرأي تتزايد بشكل ملحوظ مع نمو الحركة الديمقراطية وتطور النهضة التعليمية، وأصبحت الصحف في الدول الديمقراطية بمثابة محمل للآراء والأفكار التي تفيد الرأي العام في بناء توجهاته واتخاذ قراراته على أساس ديمقراطي، ومن خلال الراي أيضًا تستطيع الصحف مع وسائل الإعلام الأخرى أن تشكل الرأي العام بما يتفق وتوجهات النخبة الحاكمة في الدول النامية.

وأصبح تقديم المواد الصحفية التي تتناول جوانب الحياة المختلفة من علم وأدب وفن وسياسة واقتصاد... الخ السمة الأساسية لصحافة اليوم، وبذلك تمثل الصحافة مصدرًا خصبًا لتثقيف صناع القرار، وزيادة قدرتهم على فهم جوانب الحياة المختلفة (مكي ومحمد، 1995 م، ص 247).

5. حماية المجتمع:

ويأتي ذلك عن طريق توجيهه بمختلف الوسائل، ولهذه الناحية أهميتها الكبرى في الصحافة حيث أن الصحيفة المحترمة تخلق في الناس روح الإبداع الرفيع، والنهج القويم، والبناء السليم، والتقدم الصحيح، وتربي فيهم عزة النفس والشمم، وحب عمل الخير، والفضيلة بأسلوب مهذب لطيفه وفي هذه الناحية قال بعض أساتذة الصحافة أن الاتزان، والتوجيه، والتثقيف، والإرشاد للخير هو واجب

الصحافة التي تريد أن تعيش وتبقى في المنزلة السامية بين الشعوب والجماهير (حافظ، د.ت، ص ص 20، 18).

6. الإعلان:

تعود القارئ والمستمع والمشاهد على الإعلانات في وسائل الاتصال المختلفة، وبدونها تصبح هذه الوسائل ناقصة، والإعلانات تمثل فائدة مشتركة لكل العناصر المشاركة في العملية التسويقية، حيث يستفيد القارئ بما تقدمه الصحافة من إعلانات صادقة عن نوعيات السلع والخدمات الجديدة الموجودة في السوق وأسعارها ومميزاتها، كما يحقق المعلن هو الآخر استفادة عظمى من الإعلانات عن سلعه وخدماته في وسائل الاتصال، لأن ذلك يساهم في سحب منتجاته من الأسواق، مما يساعد على زيادة الإنتاج وتحقيق المزيد من الأرباح، كما أن تنشيط حركة البيع والشراء في الأسواق والتي تساعد عليها الإعلانات تؤدي في النهاية إلى زيادة الإنتاج وانتعاش الحركة الاقتصادية في المجتمع بصفة عامة، والصحافة تستفيد من كل هذه الميزات، فهي تحقق مزايا مادية (مكي ومحمد، 1995 م، ص ص 247 - 248).

والإمكانات الفنية للصحيفة ودورتها اليومية تمكنان المعلنين من تقديم إعلاناتهم الصحفية تهدف الوصول إلى أعداد كبيرة من القراء لترويج السلع والخدمات المعلن عنها، ويحتل الإعلان الصحفي أهمية كبيرة لدى الصحافة المعاصرة لما تحققه من فوائد جمه للمؤسسة الصحفية نفسها، وللمعلن والمستهلك. ولم تعد الصحيفة أداة للإعلان السياسي فحسب بل أصبحت وسيلة معبرة عن التغيير في الحياة الاقتصادية، وازدادت وظائفها بازدياد الاهتمامات، وتعقد المشكلات التي يواجهها الإنسان في الوقت الحاضر (المشعلي، 2003 م، ص 39).

7. التعبئة العامة:

تقوم الصحافة بوظيفة التعبئة العامة لتحقيق أهداف اجتماعية، أو لأغراض سياسية أثناء الحروب، والمنازعات، أو عند حدوث التغيرات الاقتصادية، وأحيانًا الدينية. ولعل أبرز مثال على أهمية هذه الوظيفة هو التغطية الصحفية لوزارة الداخلية في المملكة العربية السعودية من خلال الحملة الأمنية للتوعية المرورية والأمنية عام 1422 هـ تحت مسمى (حزام الأمان)،

(وحتى لا تروح الروح)، (واعقلها وتوكل) وحملة الدفاع المدني 1424 هـ (الوقاية هي الغاية). (المشعلي، 2003 م، ص 40).

8. التسلية والترفيه:

أصبح الترفيه والتسلية وظيفة أساسية للصحف منذ ظهور الصحف الشعبية والإعلانات الصحفية، فدأبت على تسلية قرائها بالكلمات المتقاطعة، والمسابقات، والفكاهات، وأخبار المجتمع، وأحاديث المدينة، وحظك اليوم، والأخبار الطريفة، ونشر القصص القصيرة، والروايات المسلسلة التي تجذب عددًا كبيرًا من الشباب، كما تنشر المسابقات والألغاز، وتخصص الجوائز للفائزين، وتشجع القراء على إرسال الأقوال المأثورة للصحف الهزلية والكاريكاتيرية لتحقق إلى جانب عرض القضية نوعًا من الترفيه. وما تزال وظيفة التسلية والترفيه في الصحف العربية وظيفة ضعيفة تقتصر على تقديم بعض الرسوم الكارتونية، وقليل من الألغاز والمواد الساخرة والخيالية والقصائد الشعرية، ولكنها تدخل في إطار الوظيفة الثقافية للصحافة أكثر مما تدخل في إطار وظيفة التسلية والترفيه (مكي ومحمد، 1995م، ص ص 250 - 251).

9. الصحيفة وثيقة تاريخية:

اعتادت الصحافة تقديم الأحداث والأخبار اليومية، وهي بذلك تسجل واقعًا اجتماعيًا محليًا ودوليًا، وبمرور الوقت تصبح الصحافة مصدرًا من مصادر توثيق التاريخ. والصحيفة كوثيقة تاريخية تسجل الواقع بما تحتويه من أحداث وتطورات وتفسيراتها وتحتفظ بها للأجيال القادمة، كما أنها أداة لقياس الرأي العام والتيارات السياسية المختلفة تجاه الأحداث والقضايا الهامة (مكي ومحمد، 1995 م، ص 251).

إن ربع القرن الأخير شهد ما يمكن أن نسميه بثورة المعلومات التي تجاوزت كل توقعات المؤرخين، ولم يعد في قدرة الكتاب المطبوع بشكله المعروف أن يلبي حاجة المؤرخين في رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة أو متابعتها، وهو الدور الذي نجحت فيه الصحافة، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية، في حين تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه الوقائع وتحليلها والكشف عن أبعادها ودلالاتها (ابوزيد، 1998 م، ص 64).

10. وظيفة الخدمات العامة:

يصعب حصر الخدمات العامة التي تقدمها الصحف، فهذه الخدمات في تزايد مستمر، ويحمل كل يوم خدمات عامة جديدة تقدمها الصحف لقرائها، وتشمل هذه الخدمات على سبيل المثال لا الحصر النشرات الجوية بأحوال الطقس والمناخ، ونشر مواقيت الصلاة والأذان والاستشارات الطبية والقانونية، والرد على أسئلة القراء الدينية والاقتصادية والسياسية والقانونية والطبية، ونشر شكاوي المواطنين في بريد القراء ورفعها إلى المسئولين لاتخاذ الإجراءات اللازمة بشأنها، وأخبار المواليد والأفراح وأخبار المجتمع والمناسبات السعيدة والتهاني، وأخبار الوفيات وتقديم الوظائف الخالية وما تطلبه الدول الخارجية من قوى وخبرات فنية بالداخل، وعلى حد تعبير أحد أساتذة الإعلام فإن تقديم الصحافة لهذه الخدمات

يجعل منها جهاز علاقات عامة قوي لا يستطيع القارئ الاستغناء عنه(مكي ومحمد، 1995 م، ص 252).

خامساً: تقسيمات الصحافة

خضعت الصحافة خلال تاريخها الطويل للعديد من التطورات التقنية والتحريرية والتي أثرت على تطورها شكلاً ومضموناً، كما تأثرت الصحافة بتطور حركة المجتمع، وكان عليها أن تلبي احتياجات الجماهير الجديدة، وأن تشارك في الأحداث الجارية بالرأي والتعليق، ولعل من النتائج الإيجابية لذلك أن تنوعت الصحف في أشكالها وأحجامها وتعددت اهتماماتها، واختلفت مضامينها، وتعددت توجهاتها، ويقوم تصنيف الصحف كما حددها مكي ومحمد (1995 م، ص ص 236، 243) على الأسس التالية:

1) أنواع الصحف وفقاً لنمط الممارسة:

- صحف الخبر: وتستهدف إعلام الجمهور بأحداث اليوم متوخية الحياد فيما تنشره، وتحاول تقديم أكبر عدد ممكن من الأخبار التي تهم الجمهور، ونجاحها رهن بقدرتها على إحاطة الجمهور علماً بأحداث أربع وعشرين ساعة.
- صحف الرأي: وتستهدف الدفاع عن قضية ما، وتدعو لفكر معين وتوجه القرار وجهة معينة ولها في كتاباتها خط فكري وأيديولوجي واضح.

2) أنواع الصحف وفقاً لمدى الانتشار:

- الصحف الوطنية: وهي الصحف التي توزع على المستوى الوطني، أي مستوى الدولة، وثمة تسمية أخرى تطلق على هذا النوع من الصحف وتسمى الصحف القومية، وهي الصحف التي تحظى بتوزيع على مستوى القطر.

- الصحف الإقليمية: وهي الدوريات العامة التي تصدر في أقاليم الدولة، وتوجه لمواطني الأقاليم التي تصدر وتوزع فيها معبرة عن مشكلات وأخبار وآراء وآمال جماهير هذا الإقليم.
- الصحف المحلية: وهي صحف تصدر في مدن صغيرة أو كبيرة، وتضع نصب عينيها مشكلات المجتمع المحلي، وتقوم بدور مهم في تنمية هذا المجتمع. ويبدو أن مستقبل الصحافة في ظل التطور التكنولوجي السريع سوف يقوض دورها العالمي في مقابل زيادة فاعليتها على المستوى المحلي، حيث تسعى الصحافة إلى تقديم تغطية متخصصة ومتعمقة عن الواقع المحلي والمعلومات المتصلة به.
- الصحف الدولية: وهي الدائرة الجغرافية الرابعة للصحف، وهذه النوعية من الصحف لا يقتصر انتشارها على المستوى الوطني، ولكن يتخطاه ليصل إلى المستوى الدولي، كما أن مضمون هذه الصحف لا يغرق في المحلية، بل يهتم بالقضايا والمشكلات الدولية.

3) أنواع الصحف وفقًا لدورية الصدور:

- الصحف اليومية: تصدر بصفة منتظمة يوميًا، وتحتل الأحداث والأخبار اليومية مساحة كبيرة في هذه الصحف.
- الصحف التي تصدر يومين أو أكثر في الأسبوع وتجمع بين الأخبار والرأي، وتكاد لا تختلف عن الصحف اليومية إلا في دورية الصدور.
- الصحف الأسبوعية: وهي أقرب إلى المجلات، ويغلب عليها طابع التحقيقات والتحليلات الصحفية، كما أن اهتمامها بالأخبار الآنية محدود، وهي أقرب للرأي والتحليل منها إلى الخبر.

4) أنواع الصحف وفقاً لتوقيت الصدور:

- الصحف الصباحية: وعادة ما تهتم بالأمور الجادة والأخبار الجديدة والتفسيرات والتحليلات.
- الصحف المسائية: وتوازن بين المضمون الجاد والمضمون الترفيهي.

5) أنواع الصحف وفق تخصص المضمون:

- الصحف العامة: وهي صحف ذات اهتمامات عامة واسعة بهدف التوزيع الجماهيري.
- الصحف المتخصصة: وهي صحف ذات اهتمامات خاصة، وتركز على مخاطبة جمهور بعينه، ويظهر تخصص الصحف في ثلاثة مستويات ينبغي الإشارة إليها وهي:

- المستوى الأول: ويظهر في الصفحات المتخصصة في الجرائد والمجلات كصفحة الأدب، والفن، والرياضة، والسياسة، والاقتصاد...الخ.
- المستوى الثاني: الصحف والمجلات الأسبوعية المتخصصة، وإن كانت تتوجه إلى الجمهور العام، ولا تتوجه إلى جمهور بعينه مثل: الصحف الرياضية والفنية.
- المستوى الثالث: الصحف والمجلات الأسبوعية المتخصصة التي تتوجه إلى جمهور بعينة مثل: الصحف، والمجلات الطبية، والهندسية، والاقتصادية، والسياسية... الخ

6) أنواع الصحف وفقاً لشخصية الصحيفة ونوعية القراء:

- الصحف المحافظة: ويتزايد اهتمام هذه الصحف بالشئون السياسية والاقتصادية والعلمية، ويغلب عليها الأخبار الجادة. وتتميز بارتفاع درجة

الصدق والموضوعية فيما تنشره، كما أنها تستخدم الصور، ويتميز جمهورها بارتفاع مستواه التعليمي والثقافي والاقتصادي والعمري.

- الصحف الشعبية: وهي صحف يتزايد اهتمامها بالأخبار الاجتماعية والرياضية والفنية والحوادث، ويعتمد اختيار أخبارها على عناصر الإثارة والتشويق والطرافة، وتزيد فيها نسبة الأخبار الملونة، وتستخدم المنشآت الضخمة والملونة وتستخدم الصور المثيرة والجذابة على نطاق واسع، ويتسم قراؤها بانخفاض المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والعمري.
- الصحف المعتدلة: وتقف وسطًا بين النوعين السابقين فتوازن بين الأخبار الجادة والأخبار الخفيفة، وتجمع بين العناوين الصاخبة والهادئة، وينتمي جمهور قراءها إلى الطبقة المتوسطة من صغار الموظفين كما أنهم متوسطي التعليم والثقافة.

سادساً: الصحافة والرأي العام

يُعرف الرأي العام بأنه: الرأي السائد بين أغلبية الشعوب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر، يحترم فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً (التهامي، 1982 م، ص 21).

والرأي العام قد يكون نوعيًا عندما يكون رأي فئة معينة في شعب معين، أو مجموعة شعوب في وقت معين بالنسبة لقضية معينة تهم هذه الفئة على وجه الخصوص وتؤثر في مصالحها وقيمها (التهامي، 1982 م، ص 64).

وبناء على ذلك فالرأي العام قد يكون محلياً حينما يتصل بمجتمع معين حول قضية ما في وقت معين، وقد يكون إقليميًا حينما يتصل بمجموعة مجتمعات حول قضية معينة في وقت معين، وقد يكون عالميًا حينما يتصل بالعالم بأسره في قضية هامة لمختلف المجتمعات وتمس مصالحها وقيمها.

وتعتبر وسائل الإعلام بشكل عام من أدوات تكوين الرأي العام، وتشكل الصحافة أقوى هذه الوسائل وأقدرها على تكوين الرأي العام، وتؤثر الصحافة فيه من خلال جميع موادها الصحفية من أخبار وتعليقات ومقالات وصور ورسوم كاريكاتورية (حمزة، 1984 م، ص37).

وواجب الصحافة تجاه الرأي العام في إطلاعه على الأمور الهامة التي تمس حياة الجماهير ومصالحها وطرحها للنقاش، وتفسيرها وتوضيحها، بأسلوب سهل وبسيط تصل من خلاله الصحافة إلى كل المستويات، والعمل على رفع مستويات الجماهير الفكرية والذوقية، مما يساهم في خلق رأي عام واعٍ لديه القدرة على اتخاذ مواقف إيجابية من الأحداث الجارية والقضايا المهمة التي تمس مصالح الجماهير (التهامي، 1982 م، ص 139).

سابعاً: عناصر التغطية الصحفية لشئون الجريمة الإرهابية في وسائل الاتصال الجماهيري

هناك عدة عناصر لا بدَّ من توفرها للتغطية الإعلامية للجريمة، وهي كما ذكرها أحمد 2005م، ص10)، على النحو التالي:

- الأشخاص الذين لهم علاقة بالجريمة.
- الأماكن التي جرت فيها وقائع الجريمة.
- عدد الضحايا.
- حجم الخسائر.
- الظروف غير المألوفة التي تمت فيها الجريمة.
- الجوانب الإنسانية أو العاطفية المرتبطة بالجريمة.
- الطابع الدرامي للجريمة.

ونشر الجريمة في وسائل الإعلام يقوم على أساس قيمة ووزن كل عنصر من هذه العناصر المكونة لخبر الجريمة.

ثامناً: الأنواع الصحفية في مجال نشر الجريمة.

هنالك انواع اخرى غير الأخبار الصحفية والإعلامية تستخدم لنشر الجريمة عبر وسائل الإعلام ذكرها أحمد (2005 م، ص ص 13 – 14) كما يلي:

- **التحقيق الصحفي أو الإعلامي:**

وهو نوع إخباري مستقل ومتميز يعالج شريحة من الواقع الموضوعي للجريمة، وتتميز معالجته بقدر من الشمولية والعمق، وتعتمد أساسًا على التحليل والتفسير والاستفادة من العناصر الأخرى: كالمعلومات، والسرد، والوصف، والحوار، والتعليق.

- **التقرير الإعلامي:**

يقدم التقرير الصحفي أو الإعلامي واقعة أو جريمة واحدة محددة وملموسة بقدر من التفاصيل، ويعتمد التقرير على عنصرين هما: الأول العنصر الذاتي وهو عبارة عن رؤية الصحفي للحدث أو الجريمة، أما الثاني فهو العنصر الموضوعي والذي يتضمن المعلومات والحقائق.

- **التعليق الإعلامي أو الصحفي:**

التعليق نوع يتضمن راي واضح ومحدد ومعلن تجاه حدث أو جريمة ما، كما يتضمن الشواهد والأدلة والبراهين التي تدعم هذا الرأي ولتقنع الجمهور.

- **الحديث الصحفي أو الإعلامي:**

يعتمد هذا النوع الحوار كأسلوب من أجل الحصول على معلومات، أو شرح أو تفسير ظاهرة أو جريمة معينة، وذلك لكشفها أمام الجمهور من خلال الحوار، ومن أنواعه: الحديث الإخباري، وحديث الشخصيات، وحديث الموضوعات.

- **المقال الصحفي:**

هو نوع فكري يعالج القضايا والأحداث والظواهر بقدر من التنظير والتجريد، ويستخدم الوقائع فقط حيث يراها ضرورية لدعم فكرة معينة، بمعنى أن أساس المقال هو هذه الفكرة.

كما فرق خضور (2000 م، ص ص 73.414) بين الأنواع الصحفية، فالخبر هو كل شيء لم يعلم به القارئ أمس، أو هو النوع الصحفي الذي ينقل حديثاً وقع حالاً ويثير اهتمام الناس. وقد تعددت تعريفاته باختلاف المدارس الصحفية ونوعية الصحيفة، واختلاف القيمة الإخبارية.

أما التقرير فهو نوع صحفي إخباري يغطي الأحداث الراهنة، وينقل الوقائع الموضوعية برؤية ذاتية، نظراً لأن الصحفي غالباً ما يكون موجوداً بمكان وقوع الحدث، وبالتالي فإنه يكتب تقريره عن هذا الحدث كشاهد عيان. أما التحقيق فهو واحد من الأنواع الصحفية الإخبارية بالغة الأهمية، ويعالج القضايا المهمة والظواهر الكبرى والآنية، وهو أقرب إلى البحث والدراسة؛ لأنه يعالج القضايا بعمق وشمولية، ويتضمن وقائع وأدلة وآراء. والمقال هو إنشاء كتابي معتدل الطول في موضوع محدد، ولا يحتاج إلى تعمق. أما التعليق فهو نوع صحفي فكري مستقل ومتميز، وهو عبارة عن برهان عقلي ومنطقي على صحة رأي أو موقف إزاء حدث راهن. ويعتمد التعليق منهج تقديم الوقائع والتعليل سبلاً للبرهان. أما الحديث الصحفي فهو النوع الصحفي الإخباري القائم على أساس الحوار الحي والمباشر بين صحفي متميز وشخصية مهمة.

تاسعاً: دور الصحافة في مواجهة المخاطر

أصبحت الصحافة وسيلة إعلامية مهمة في مواجهة المخاطر التي يتعرض لها المجتمع، وكذلك إيجاد الحلول العملية لمشكلاته، والتحقيقات من خلال ما ذكره الزهراني (2002 م، ص ص 50 – 51) كما يلي:

- الاهتمام بكل الظواهر التي من شأنها تهديد الكيان الداخلي للمجتمع، وفي مقدمتها ظاهرة الإرهاب.
- تناول قضايا المجتمع ومشكلاته مثل: الانحراف، والغلو من خلال التوعية والإرشاد والتثقيف، والأضرار المادية والاجتماعية الناتجة عنها.
- توعية الأفراد بالمخاطر التي تهددهم من خلال انتشار ظاهرة الإرهاب، مع غرس الإيمان بالوحدة الوطنية بين كافة أفراد المجتمع والقضاء على الشائعات التي تهدد مصالح الأمة وتعرض أمنها وتماسكها للخطر، ومواجهتها من خلال فهم الشائعة وأساليبها وطرق ترويجها وطبيعة القائمين عليها، ووسائلهم المستخدمة في تحقيق غاياتهم، ومعرفة الظروف الباعثة على انتشار الشائعات، وتتبع حركتها في الأوساط الاجتماعية.
- غرس القيم الدينية الفاضلة في نفوس المواطنين من خلال المناهج التربوية والتعليمية في مختلف مستويات التعلم، والمقالات والتحقيقات الصحفية واللقاءات والندوات التي تعتبر من الأساسيات لبناء الفرد القادر على مواجهة الظواهر الغريبة عن الوطن ومنها ظاهرة التطرف والإرهاب.
- إتاحة الفرصة أمام الأفراد والجماعات لتقديم أفكارهم وآرائهم وعرض الرأي الآخر أمام أفراد المجتمع بصورة شورية.
- إبراز الأحداث المهمة الناتجة عن ظاهرة الإرهاب والتطرف من خلال نشر الخبر الصادق وتحليله والتوعية بأسلوب المواجهة.
- تثقيف المواطنين وتحويلهم من سلبيتهم إلى إيجابيتهم للتعاون مع أجهزة الدولة، وفي مقدمتها أجهزة الأمن.
- قياس الرأي العام المحلي حول ظاهرة الإرهاب وتأثيرها على الوطن والمواطنين واقتصاديات الدولة ومشروعاتها التنموية، وما تؤديه من دور سلبي في زعزعة الأمن والاستقرار داخل الدولة.

الفصل الثاني

نظريات الصحافة والإعلام

الفصل الثاني
نظريات الصحافة والإعلام

وتنطلق عادة هذه النظريات من الفلسفة والقيم الإيديولوجيا السائدة في المجتمع، وهي التي تؤسس لنشأة المؤسسات الإعلامية، وتعطيها الشرعية المطلوبة، وتنعكس الملامح الخاصة بهذه النظريات في القوانين والسياسات الإعلامية، ومواثيق الشرف، وأخلاقيات المهنة (McQuail, 2000, p.8). وقد ساهم إعلاميون وأكاديميون ونقاد اجتماعيون في صياغة هذه النظريات على مر السنوات والعقود. ومن أشهر الكتب الإعلامية التي صدرت خلال العقود الماضية، كتاب "النظريات الأربع في الصحافة"، والذي شارك في كتابته ثلاثة من علماء الاتصال الكلاسيكيين بعيد الحرب العالمية الثانية (1956م)، وهم سيبرت، بيترسون، وشرام، (Siebert, Peterson & Schramm, 1956) حيث كتبوا عن النظرية السلطوية، والنظرية الشيوعية، والنظرية الليبرالية، ونظرية المسئولية الاجتماعية. وقد أضاف اليها دينيس مكويل (McQuail, 1983) نظريتين، هما: النظرية التنموية، ونظرية المشاركة الديمقراطية.

- **النظرية السلطوية:**

تمثل السلطوية أول نظرية جسدت العلاقة بين الصحافة والمجتمع، وقد نشأت خلال القرون الوسطى بعد أن ظهرت الصحافة كوسيلة إعلامية في المجتمعات الأوربية. وحيث إن الريبة والشك كان هو أساس هذه العلاقة، حيث ان الحكومات الأوربية والكنيسة المسيحية وضعت القيود، وعرقلت مساعي الصحافيين والناشرين في ان يمارسوا دورهم الصحافي في النشر والحصول على المعلومات التي تقتضيها مهنة الصحافة والنشر. وبعكس النظرية الليبرالية، لم تكن هناك أعمال فكرية مؤثرة في أسس هذه النظرية، سوا حالات محدودة. وقد ذكر سيبرت (Siebert, Peterson & Schramm, 1956) اقتباسا عن الكاتب الإنجليزي ساموييل جونسون في القرن الثامن عشر الذي برر النزعة السلطوية في قوله: إن كل

مجتمع يمتلك الحق في المحافظة على السلام والأمن والنظام العام، ومن أجل تحقيق هذا الهدف، يحق للحكومات أن تمنع الآراء التي تمثل خطر على سلامة المجتمع.

وقد عاشت أوروبا لقرنين كاملين تحت هيمنة الحكومات السلطوية إلى أن تحررت من هذا الاستبداد بفعل الفكر التنويري الذي تأسست عليه بناءات وهياكل مؤسسية جديدة. ولكن الفكر والممارسة السلطوية كانت الأساس الذي اعتمدته الدول النامية، وبالذات حديثة العهد بالاستقلال من الاستعمار الأوربي. وتبنت هذه النظرية كثير من الأنظمة السياسية في دول العالم النامي، التي حرصت على أن السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من خلال إما فرد أو نخبة سلطوية.

- **النظرية الشيوعية:**

بعد تفكك الإتحاد السوفيتي وانهيار الكتلة الاشتراكية في أوروبا، لم تعد هناك امتداد لهذه النظرية سوى في ثلاث دول من دول العالم، هي الصين، وكوريا الشمالية، وكوبا. وتحمل هذه النظرية أسسا فكرية مبنية على كتابات كل من ماركس وإنجلز على المستوى النظري، وعلى لينن على المستوى التطبيقي. وتتأسس النظرية الشيوعية (إحدى النظريات الأربع في الصحافة وكانت تسمى بالنظرية السوفيتية الشيوعية) على فكرة أن تكون الصحافة والإعلام أداة من أدوات الحزب الشيوعي الحاكم. ولهذا فان الحزب هو الذي يتحكم تحكما كاملا في مجريات الشأن الإعلامي في الدول الشيوعية. وتعمل وسائل الإعلام الشيوعية على تربية الشعب على المسار الاشتراكي، وتقوية القناعات الشعبية بالفكر الشيوعي السائد، ومحاربة الفكر المضاد الذي تمثله الرأسمالية الغربية.

وتتفق النظريتان السلطوية والشيوعية في محورية المجتمع – وليس الفرد – كأساس لتبرير السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام. فمصلحة الجماعة وهيمنة الدولة تتجاوز مصلحة الفرد، لكن الاختلاف بينهما يأتي في جانب ملكية وسائل

الإعلام، فالنظرية السلطوية تتيح الملكية الخاصة لوسائل الإعلام، بينما ملكية وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي من اختصاص الحزب الشيوعي الحاكم.

* نظرية الحرية:

تنطلق الفكرة الجوهرية لهذه النظرية من كونها تسعى إلى إيصال الحقيقة إلى الناس، وإلى كونها لا تخدم أحداً أو مؤسسة في إطار عملها الإعلامي، ولا تخضع لأي شكل من أشكال الرقابة سواء داخليا أو خارجيا. وتبني هذه النظرية على وجود حرية صحافة حقيقة، والمفهوم الأساسي هنا freedom of the press يعني إمكانية البث والنشر بدون أي رقابة قبلية أو متطلبات قانونية لترخيص مسبق أو تهديد وخوف من عقوبات متوقعة. وتقوم الصحافة ووسائل الإعلام بدور ووظيفة "كلب المراقبة" watchdog مما يعني مراقبتها لما يدور في المجتمع ومتابعة أداء ووظائف المؤسسات الاجتماعية الأخرى. ومع هذا المفهوم، نشأ مصطلح آخر يصف الصحافة بالسلطة الرابعة Fourth Estate مما يعني ان سلطة الصحافة تتنافس مع باقي السلطات في المجتمع. وكان إدموند بريك Edmund Burke أول من طرح هذا المصطلح في نهاية القرن الثامن عشر، قاصدا بذلك تنامي دور الصحافة في انجلترا ليواكب الدور الذي تلعبه السلطات الثلاث الأخرى: مجلس اللوردات، الكنيسة، ومجلس العموم.

وقد تتبدل السلطات من مجتمع إلى مجتمع، ومن وقت إلى آخر.. فمثلا تقلص وضعف دور الكنيسة في المجتمع الأمريكي – على سبيل المثال – أدى لأن تتجسد السلطات الثلاث في السلطة القضائية، والسلطة التشريعية، والسلطة التنفيذية التي تمثلها الحكومة. وفي كل هذه الحالات، يبرز سؤال حرية الصحافة الذي يجسد طبيعة وشكل العلاقة بين الصحافة من جهة والمؤسسات الاجتماعية بما فيها الحكومات من جهة أخرى.

وقد ارتبطت حرية الصحافة بالفلسفات الغربية التي نادت بحرية الفرد، وقمع الاستبداد، وعارضت تفرد الآراء. ومن أشهر الفلاسفة الذين كتبوا في هذا المجال جون ستيورت ميل John Stuart Mill الذي أوضح في كتابه "عن الحرية" أن تخريس الرأي هو سطو على البشرية جمعاء.. ويضيف أن الرأي الذي يتم خنقه إذا كان صائبا نكون قد خسرنا هذا الرأي، وإذا كان هذا الرأي خاطئا نكون قد خسرنا معركة وميكانيزمات الصراع بين الخطأ والصواب، والتي تولد بالضرورة الرأي الصواب.. وهذا ما عناه جون ميلتون John Milton بميكانزمات "التصحيح الذاتي" self-righting والتي تعني أن الفكرة الصائبة هي التي تتفوق وتتجاوز الفكرة الخاطئة عندما تتاح الفرصة للفكرتين بالتداول والانتشار. أي أنه يطرح فكرة "السوق الحرة للأفكار" كآلية لتداول وصراع الأفكار (McQuail, 2000, p.147).

إن حرية الصحافة أول ما نشأت تمثلت في صراع بين الصحافة وشكل من أشكال السلطة، كان في القرون الوسطى هو الكنيسة، ثم تحولت الى الحكومات. وباختصار فان حرية الصحافة هي الحرية من القيود، وهذا ما عبر عنه التعديل الأول First Amendment في الدستور الأمريكي عام 1791م، والذي يؤكد على أن الكونجرس – وهو المؤسسة التشريعية – لا يجب أن يصدر قوانين تتعارض مع حرية التعبير أو حرية الصحافة.

وقد لخص جان كين (Keane,1991) في كتابه "الإعلام والديمقراطية" الجدل حول حرية الصحافة في أربعة اتجاهات تاريخية تناولت هذا الموضوع:

الاتجاه الديني، الذي مثله جون ميلتون في منتصف القرن السابع عشر، وفيه عارض القيود على حرية التعبير من منطلق أن الفرد – رجلا أو امرأة – قد باركه الله بنعمة العقل، ومكنه من القراءة والحكم المبني على الضمير. ومن هنا فحرية الصحافة ضرورية لكونها تساعد على تطوير نوازع الخير لدى الأفراد، وينبغي أن تتعرض للاختبار بصفة منتظمة بتعريضها على آراء متباينة وخبرات متنوعة..

الاتجاه السياسي، ومثله جون لوك John Locke مطلع القرن الثامن عشر، وفيه رأي أن حرية الصحافة ينبغي أن تنطلق من مبادئ حقوق الفرد الطبيعية المتمثلة في حقه أن يقرر ويختار في كل مناحي الحياة الدينية والسياسية وغيرها.. ومن حق الفرد أن ينشر ويعبر عن آرائه بدون أي قيود تفرضها الحكومات.

الاتجاه النفعي، ويمثله كل من بينثام وميل Bentham, Mill، وكلاهما يعتقدان أنه من أجل أن يعمل النظام السياسي بشكل اعتيادي، يجب أن تكون في المجتمع ميكانيزمات تفعيل للتعبير عن الرأي العام. ويرى كل منهما أن الرأي العام هو الضمانة الرئيسة لعدم إساءة استخدام الحكم، أو إساءة استخدام التشريع في المجتمع. وهكذا فان حرية الصحافة تهيئ وتخدم التعبير عن الرأي العام. ويضيف ميل أن الشعب لا يستطيع أن ينتقد حكومته إذا لم تقدم له المعلومات كاملة عن الشخصيات التي تدير الشأن العام في المجتمع، وهذه مهمة الصحافة الحرة.

ومثل الاتجاه الرابع جون ستيورت ميل John Stuart Mill الذي انتقد المذهب النفعي، الذي جعل من حرية الصحافة ضرورة براجماتية، ويرى ميل أن التداول الحر للأفكار من خلال الرأي العام هو مطلب أساسي لمجرد الوصول إلى الحقيقة. وقد تبنى المؤسسون الأمريكيون – على وجه الخصوص – أفكار ستيورت ميل وجعلوها منطلقا لفهمهم عن دور الصحافة في المجتمع، ونادوا بالتالي بحرية الصحافة. ويعتقد الكثير أن الفكر الذي طرحه ميل في هذا الخصوص يعطيه الأبوة الشرعية للصحافة الليبرالية في العالم (Williams, 2003).

وقد أشار تومبسون (Thompson, 1995,p.238) إلى أن هؤلاء المفكرين الكلاسيكيين قد رأوا أن حرية التعبير عن الآراء من خلال صحافة مستقلة هو الضمان الأساسي لتنوع وجهات النظر، وما يتبع ذلك من تنوير لآفاق الرأي العام. وتلعب الصحافة الحرة والمستقلة دورا محوريا في حراسة المجتمع ومؤسسات الدولة.

- نظرية المسئولية الاجتماعية:

تنطلق هذه النظرية من محاول إيجاد توازن بين مفهومي الحرية والمسئولية. ونظرا لتزايد النقد ضد الصحافة مع مطلع القرن العشرين وخلال العقود الأولى منه نتيجة اعتماده على الإثارة والمنطق التجاري، ونتيجة الاحتكارات و الإنحيازات السياسية لهذه المؤسسات في الولايات المتحدة، تكونت لجنة خاصة للنظر في هذه الأمور بشكل عام، عام 1942م تحت رئاسة هتشنز Huchins رئيس جامعة شيكاغو. وقد وضعت هذه اللجنة نصب عينيها مهمة التحقيق في هل أخفقت أو نجحت الصحافة الأمريكية في أداء دورها الاجتماعي، وتحديد أين مواقع الحرية التي ينبغي على الصحافة أن تتوقف عندها، وما تأثير الضغوط الحكومية او الإعلان التجاري على حرية العمل الصحافي.

وقد أعدت اللجنة تقريرها عام 1947م، وفيه عكست نقدا لأداء الصحافة في عدم تهيئة الفرصة لأصوات أخرى غير تلك المؤثرة والمرتبطة بالقوى الفاعلة في المجتمع. وفي هذا التقرير تم استخدام مصطلح "المسئولية الاجتماعية" لأول مرة وانعكس في تحديد مسئوليات واضحة ينبغي أن تعمل عليها الصحافة، بما في ذلك إتاحة المجال أمام مختلف الطبقات والفئات الاجتماعية للتعبير عن رأيها واتجاهاتها حول القضايا العامة في المجتمع. وقد أيقظت هذه اللجنة الحاجة في دول غربية أخرى (المملكة المتحدة والسويد) الى تأسيس لجان للنظر اوضاع الإعلام واقتراح حلول عملية في هذا الاتجاه. وعلى سبيل المثال طرح بيكارد (Picard, 1985) مفهوم نظرية جديدة أسماها النظرية الديمقراطية الاشتراكية

للإعلام democratic-socialism theory وحاول من خلالها تحسس التحولات في المجتمع الأوربي بخصوص دور وسائل الإعلام في المجتمع.

- **النظرية التنموية:**

ترتبط هذه النظرية بأوضاع الدول النامية، وتعكس الدور المتوقع من وسائل الإعلام في المجتمعات النامية. ويرى مكويل (McQuail, 1983) أن هناك تقارباً بين الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام وفق النظرية الشيوعية والدور الذي يقوم به الإعلام في الدول النامية في كون النظريتين تسعيان إلى تأكيد قيام الإعلام بواجبات سياسية واجتماعية لخدمة المصلحة العليا في المجتمع. وبعكس ما تشير إليه النظرية الليبرالية، فإن النظرية التنموية تتوخى المعالجة المتأنية للأخبار المثيرة، وترى أن نشرها وبثها ربما يأتي بنتائج سلبية على المجتمع أو على الأوضاع السياسية والاقتصادية بشكل خاص. ولا يؤمن الإعلام التنموي بمقولة إن الأخبار السيئة هي أخبار جيدة من وجهة النظر الإعلام bad news is good news لأنه يستدعي عناوين كبيرة ومساحات وصفحات كثيرة من التغطية الإعلامية. وفي المقابل، تتجه وسائل الإعلام التنموية إلى مفهوم التغطيات الإيجابية، أو ما يسمى بالإخبار الجيدة good news نظرا لكونها تدعم الأوضاع الداخلية في تلك المجتمعات، وتعطي أولويات رئيسة للثقافات المحلية. وقد تعرضت النظرية التنموية للنقد من أنصار النظريات الليبرالية على خلفية أن كل ما تقوم به وسائل الإعلام في الدول النامية طبقا لهذه النظرية ليس إلا رقابة مباشرة وتشويشا على مصداقية وسائل الإعلام (Watson, 2003). وهذا ما حدا بوكالات الأنباء العالمية ووسائل الإعلام الدولية إلى إهمال الأخبار والتقارير التي تأتي من وسائل الإعلام في الدول النامية، بحجة أنها مواد دعائية لا تستحق النشر أو البث.

- **نظرية المشاركة الديمقراطية:**

اعتبر هذه النظرية امتداد في المفاهيم والتطبيق للنظرية الليبرالية، وكما أشار إليها مكويل (McQuail, 1983)، فان اتجاه النظرية هو في إعطائها قيمة عالية للأفقية الهيكلية لوسائل الإعلام، بدلا من الهيكلية الرأسية (المركزية) المعتادة في الإدارة الإعلامية لوسائل الإعلام في المجتمعات الغربية. كما أن هذه النظرية تعطي أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري البحت الذي تفيض به وسائل الإعلام الكبرى. وتؤكد هذه النظرية دور المستقبل الإعلامي في صناعة المادة الإعلامية – على عكس ما تقوم به وسائل الإعلام التقليدية في دور محوري للمرسل الإعلامي– وتسعى النظرية إلى كسر الاحتكار الذي تؤسسه المنظمات الإعلامية الكبرى بإيجاد بدائل من وسائل الإعلام المحلية باستخدام الكيبل التلفزيوني ومحطات إذاعية وتلفزيونية وصحف محلية.

ولتعزيز هذا الدور تعطى الجماعات المحلية والثقافات الفرعية أدوات إعلامية ليمارسوا دورهم في تعزيز ثقافتهم وحضورهم الاجتماعي، وهذا الدور موجود في حالات عديدة في الولايات المتحدة، ولكنه ممارسة معروفة بشكل خاص في الدول الإسكندنافية (Baran& Davis,p.118). وتؤسس نظرية المشاركة الديمقراطية لحقوق المستقبل في الرد وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات، وهي خليط من الليبرالية والمثالية والاشتراكية والمحلية(Watson, 2003)، حيث ان تطبيقاتها في البيئة الليبرالية من المجتمعات الغربية، وهي نزعة نحو الوضع المثالي للتطبيقات الخاطئة في النظرية الليبرالية، كما أنها ذات تركيز أكبر على القضايا المحلية للبيئات التي توجد فيها وسائل الإعلام.

الفصل الثالث

مؤرخو الصحافة

الفصل الثالث

مؤرخو الصحافة

المطلب الأول: مؤرخو الصحافة الأجنبية والعربية:

أولاً:

- مؤرخو الصحافة الغربية.
- مؤرخو الصحافة الأوروبية.
- صحافة فرنسا نموذجاً.
- ومع إصدار دي هكاييه "وقائعه" ثم ضمها في مجموعتين اثنتين توثيقيتين من 1559 إلى 1604 عقدت له الريادة في كونه من مؤرخي الصحافة الفرنسية مع "له مركور فرنسييه" في وقت اعتمدت الأكاديمية الفرنسية تسمية جورنال 1684 "أي رواية ما يحدث من أخبار اليوم".

صحافة القرن الثامن عشر:

- لمع اسم "بانكوك" بشرائه " لاغاريت" دي فرانس وله مركور والمهجرية مثل "جورنال دي جنيف" ونظيرتها "جورنال دي بروكسل" أشبه بالكارتيل الإعلامي. شهدت فرنسا ظهور أول جريدة يومية هي "جورنال دي باري" كما ظهرت 1000 صحيفة خلال أربع سنوات رافعة شعار "الصحافة حارس الشعب".

صحافة القرن التاسع عشر:

- لمع اسم لا بلان – وهاتان بمثابة أهم مؤرخين اثنين للصحافة الفرنسية في هذا القرن وبعد هزيمة نابليون لم يبق سوى 4 جرائد فقط مع السماح بصحيفة واحدة في الأقاليم.

- الصحافة الشعبية: ظهرت عبقرية برودون منظراً للعمال وأصدر أول جريدة شعبية.

صحافة القرن العشرين:

مع بداية القرن الجديد وظهور 75 صحيفة في باريس بفترة قياسية وظهور 250 جريدة في الأقاليم باتت ظهور محاولات لتنظيم الصحافة مهنياً وقانونياً أمراً مفروضاً.

الصحافة الفرنسية بالحرب العالمية الأولى:

مع اشتداد الضائقة المالية اندمجت عدّة صحف فرنسية في كارتيل إعلامي ورضخت "لمكتب الصحافة العسكرية" إضافة الى حرمان المراسلين من الجبهات المتقدمة، بينما ظهرت الصحافة المصورة وتقدمت صحف "فرانس سوار" على زميلاتها كما ظهرت صحف الأطفال أيضاً.

صحافة الحرب العالمية الثانية خلافاً للحرب الأولى لم تحتجب الصحافة الفرنسية بل تراجعت أقاليم الجنوب وبلغت 1000 صحيفة وظهرت وكالة الأنباء الفرنسية الألمانية.

صحافة خمسينات القرن العشرين بعد الخمسينات وتقدم وسائل الإتصال مثل الراديو والإنترنت... على حساب الصحافة المكتوبة التي غدا دورها مكملاً للإعلام وتأثرت بالتقدم التقني والتضخم الإقتصادي فضلاً عن توظيف خدمات وكالات الإعلام في مؤسسة واحدة متكاملة، كما أن أذواق الجمهور مال نحو الصحافة المتخصصة والخفيفة المسلية.

- **مؤرخو الصحافة الأميركيّة:**

صحافة الولايات المتحدة نموذجاً:

عقدت ريادة "بنسلفانيا غاريت" لفرانكلين بمثابة أول صحيفة مبتكرة صدرت سنة 1728 في فيلادلفيا وشقيقتها "بنسلفانيا وبوسطن" لادامس.

نشأة الصحافة الأميركية:

- تشير الإحصائيات إلى وجود 217 دورية سنة 1800 في 13 ولاية مع اولى كبريات الصحف "ذي صن".
- أما "نيويورك هيرالد" ففرضت ريادتها التاريخية في تحديث الصحافة الأميركية 1838 لجهة اعتماد مراسلين ميدانيين لها في أوروبا وإصدارها 33000 نسخة يومياً.
- أما "نيويورك تريبيون" ابتدعت مبدأ المناظرة 1841بين الليبرالية والاشتراكية كما شكلت حرب الانفصال الأميركية 1863– 1865 قفزة هامة لدى مؤرخي الصحافة لجهة اعتماد مراسلي الميدان ولتقنيات المراسلات.

انتشار الصحافة الأميركية : شكلت حرب الانفصال مفترقاً مهماً فاحصيت 2400 دورية سنة 1910 طبع منها 24 مليون نسخة ثم ظهرت "سلاسل للصحف حيث فاق إصدارها 40 مليون نسخة 1940، ومع صدور سلسلة "ريدرز جست" 1923 عرف عالم الصحافة تغييرات جذرية في نمط المجلات الثقافية السياسية.

ازدهار الصحافة الأميركية:

حثت الحربين الأولى والثانية على تطور الصحافة الأميركية وشكلت الولايات المتحدة نموذجاً ريادياً لتكاملية وسائل الإعلام فغدت الصحيفة في نفس المستوى الإعلامي دعامة دعائية ووسيلة اتصالية متقدّمة وعقلتها التقنيات الحديثة ووحدت مناهجها.

وتشير وقائع تاريخ الصحافة اليومية إلى ازدياد إصداراتها حتى 60 مليون نسخة 1960 وادى ارتفاع النفقات والمصاريف المالية إلى "تجميع سلاسل صحفية" وربما ساهمت بامتلاك وإدارة محطات إذاعية وتليفزيونية 1760 مؤسسة "نمطية" عادية 1960، اما المجلات الدورية فتقدمت شأن الصحف اليومية فمنها على سبيل المثال صحف الأحد وملاحقها الأسبوعية ونجاح مجلات إخبارية وسياسياً مصدر مثل "لوك" والايف" ومجلات نسائية.

ثانيا: مؤرخو الصحافة العربية:

نظراً لحداثة تاريخ الصحافة العربية، لم يخطر على بال أحد القيام بتوثيقها وأرشفتها لأسباب عديدة منها سوء توزيع البريد والضائقة الاقتصادية فضلاً أن فن البيبليوغرافيا لم يكن معروفاً باستثناء بعض الأوروبيين بيننا ومنهم "هنري غمليساردو" قنصل فرنسا في القاهرة سنة 1884 الذي هب لوضع تقرير مسهب عن الصحف الصادرة في وادي النيل باللغة الفرنسية وهناك نسختان عن التقرير في مكتبة القاهرة وباريس.

ثم تبعه جرجي زيدان بنشر مقالة في الهلال 1892 عن الجرائد العربية في العالم حيث بلغت 147 صحيفة ثم نشر نبذة أخرى في "الهلال" 1910 احصى فيها 600 صحيفة مؤكداً على المصرية منها وهناك عدّة محاولات لم تكن دقيقة.

أصدر هيرثمان الألماني كتاباً عن الصحافة المصرية سنة 1899 أحصى 168 صحيفة محفوظة في دار الكتب بالقاهرة ويعتبر من أهم الأعمال البيبليوغرافية الموثقة بالمشاهدة.

في العهد العثماني 1914:

- مرحلة ما قبل الدستور كانت الصحف قليلة
- مرحلة ما بعد دستور الحريات 1908 صدرت 150 دورية حتى 1914 منها: 5جرائد رسمية – 3 أطفال – 6 أدبية – 18 جريدة هزلية.

في عهد الانتداب الفرنسي: 1918– 1943 أعطي 220 امتياز ترخيص: 4 جرائد رسمية – 6 للأطفال – 10 دوريات أدبية – 23 هزلية.

في عهد الاستقلال الوطني 1943 صدرت عدّة قوانين أهمها منع التوقيف كما فتحت الدولة اللبنانية 575 نوع امتياز كما فتحت امتيازاً جديد منها دوريتان رسميتان – 20 للأطفال – 10 أدبية – 6 كاريكاتورية.

المطلب الثاني: فوائد تاريخية عن الصحافة عموماً والعربية منها بنوع خاص:

1. أول جريدة أنشئت في العالم "كين بان" سنة 911 قبل المسيح.
2. أول جريدة ظهرت في أوروبا "الأعمال اليومية" في روما في أواسط القرن الأول للمسيح.
3. أول جريدة مطبوعة اسمها "سكينو" ظهرت محفورة على الخشب في بكين الصين منذ أكثر من أربعة قرون ولا تزال.
4. أول جريدة برزت بعد انتشار فن الطباعة الحرفية تسمى "غزتة" 1566 في إيطاليا البندقية.
5. أول مجلة علمية "مجلة العلماء" الفرنسية 1665.
6. أول جريدة يومية "الديلي كوران" الإنكليزية 1702.

7. أول جريدة في العالم الجديد "بوسطن نيولستر" 1704
8. أول جريدة عربية هي التي أنشأها نابليون الأول سنة 1799 القاهرة.
9. أول جريدة ظهرت في السلطنة العثمانية "بريد ازمير" 1825
10. أول جريدة تركية "تقويمي وقائع" 1832 القسطنطينية
11. أول من اعتنى بجمع الجرائد في العالم أندراوس ورزي 1835
12. أول من كتب عن الصحافة أندراوس ورزي 1820 الف تاريخاً يتضمن 300 صفحة أخبار جرائد بلجيكا 1605 – 1844
13. أول جريدة عربية أنشأها رجل عربي هي "مرآة الأحوال" في الأستانة 1854 رزق الله حسون الحلبي.
14. أول جريدة عربية مصورة أخبار عن انتشار الإنجيل 1863 للمرسلين الأميركيين ببيروت.
15. أول مجلة عربية مصورة "النحلة" 1877 القس لويس الصابونجي في لندن.
16. أول من كتب عن الصحافة العربية هنري غليياردو قنصل فرنسا القاهرة.
17. أول صحيفة عربية مرسومة بألوان جريدة "أبو نظّارة" في باريس 1887
18. أقدم جريدة عربية لا تزال منتشرة حتّى اليوم "الوقائع المصرية" 1828 القاهرة
19. أول نادي للمولعين بجمع الجرائد 1890 بلجيكا.
20. أول جريدة عربية ظهرت في العالم الجديد "كوكب أميركا" 1892
21. أول معرض للجرائد 1892 بروكسل.
22. أول مؤتمر للصحافة انشأ 1894 في مدينة انفرس.
23. أول ناد للمولعين بجمع الصحف في بلجيكا
24. أول مدرسة للصحافة 1899 باريس
25. أول مؤتمر للصحافة العربية 1900 نيويورك.
26. أجمل جريدة صدرت بين جميع الصحف العربية "البشير" 1902.
27. أول متحف للصحافة 1907 بروكسل.
28. أول من اخترع آلة لصف حروف الطباعة العربية رشيد أفندي الخوري صاحب جريدة "الرموز" 1908 بوينس أيرس.

29. أول جريدة أقامت احتفالاً رسمياً لمرور 50 سنة "حديقة الأخبار" البيروتية 1908.

30. أشهر مجموعة للجرائد والمجلات يملكها ألبرت دي فوفنت 55 ألف صحيفة.

31. أوسع مجموعة للصحف العربية يملكها فيليب دي طرازي 1300 جريدة ومجلة.

المطلب الثالث: تطور الصحافة عموماً:

1. انتشار العلم: إن ثورة الطباعة التي نشرت منجزات الفكر الإنساني على كل البشر فإذا بالإرساليات تنشر مراكزها الصحية والتعليمية في المشرق لا سيما مصر ولبنان؛

2. الصراع الفكري: أدى ظهور التيارات الفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية إلى تباين في أشكال أنظمة الحكم الدولية بحيث غدت الصحافة عامة متمايزة عن بعضها البعض.

3. التقدم الآلي التقني: أعطت الاكتشافات والانتصارات التقنية العديدة تأثيرها على مادة الجريدة وشكلها وإخراجها وتخصصها وانتشارها فظهور"التيلتيب وجهاز نقل الصور التلفزيوني والهاتف والبرقيات والإنترنت ساعدا على تطور عمل الصحافة،مما مكن استعمال الآلة الحديثة البالغة السرعة بعملية الطبع حيث غدت الصحافة عملاً تجارياً ضخماً فظهرت دور الصحافة دار النهار – دار الصياد – دار الأهرام – ودار روز اليوسف أو دار اللومند والباري ماتش فرنسا. أو دار النيويورك تايمز ولواشنطن بوست أميركا...

4. التزايد السكاني: النمو المتزايد للمدن ولد في المقام الأول مادة ومصدراً إخبارياً فالحوادث والجرائم موفورة يومياً كما أن دور الحياة العملية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية ومواضيع التحقيقات الصحفية كثيرة، كما ظهرت أيضاً الصحافة المتخصصة في التربية والتعليم والفنون فهناك: فئة أهل الفكر – فئة العمليين – فئة اللافكريين.

5. حرية الصحافة: واجهت الصحافة تحديات عديدة عبر الحقب المختلفة فعلى حين أدان البابا غريغوريو السابع حب الاستطلاع واعتبره خطيئة حتى أن ناشرا قطع لسانه في روما – بينما تمنى سلاطين بني عثمان وأد الصحافيين في النار لكن الصحافة صمدت في كل مرة لحين بات في استطاعتها أن تنطلق دون خوف كونها السلطة الرابعة في الدولة.

الفصل الرابع

أنواع الحقوق والحريات

الفصل الرابع
أنواع الحقوق والحريات

1) الحقوق والحريات المتعلقة بالشخصية:

أ. حق الحياة: هو من حق كل إنسان في الوجود باعتباره كائناً حياً أراد الله له الحياة.

ب. حق الأمن: حق الفرد أن يعيش بأمان واطمئنان دون رهبة أو خوف.

ج. حرية الانتقال: يقصد بحق الذهاب والإياب أي حرية السفر إلى أي مكان داخل حدود الدولة أو خارجها.

د. حرية السكن: حق العيش داخل مسكنه دون مضايقة أو إزعاج.

ه. سرية المراسلات: بعدم إفشاء سرية المراسلات المتبادلة بين الأشخاص سواء كانت خطابات طرود أو اتصالات.

2) الحقوق والحريات المتعلقة بالفكر:

أ. حرية العقيدة والعبادة: حق الفرد في اعتناق دين معين أو عقيدة محددة

ب. حرية الرأي: حق الشخص في التعبير عن أفكاره ووجهات نظره الخاصة.

ج. حرية التعليم: تشمل الحق في تلقي العلوم المختلفة وفي تلقين العلم للآخرين.

د. حرية الاجتماع: حرية تمتع الفرد بالحق في الاجتماع مع من يريد وفي المكان الذي يراه مناسباً وذلك في الحدود المقررة قانونياً.

ه. حرية تكوين الجمعيات والانضمام إليها: الحق في تكوين وإنشاء جمعيات ذات أهداف مختلفة.

3) الحقوق والحريات المتعلقة بالنشاط، وتشتمل:

أ. حق العمل: لكل فرد الحق في العمل الشريف الذي يناسبه ويختاره بكامل حريته من ناحية النوع والأجر والانضمام إلى النقابات لحماية مصالحه.

ب. حرية التجارة والصناعة: حرية مباشرة للفرد للنشاطات التجارية والصناعية وما يتفرع عنها.

ج. حق الملكية: حق امتلاك واقتناء الأموال من عقارات ومنقولات في إطار القوانين.

د. الحقوق والحريات السياسية: وتعني حق المواطنين بالمشاركة في الحياة السياسية والمشاركة في حكم أنفسهم والاشتراك في الانتخابات والترشيح للهيئات والمجالس وحق التوظيف.

الصحافة اللبنانية وشرعة الأخلاق:

تبنت نقابة الصحافة في 25 / 2 / 1974 شرعة الأخلاق التي وضعتها عمدة النقابة برئاسة النقيب رياض طه وفي ما يلي نص شرعة الأخلاق أو "شرف المهنة".

1. أن الصحيفة مؤسسة تقوم بخدمة عامة ثقافية اجتماعية وطنية قومية إنسانية.
2. تلتزم المطبوعة بمسؤولية أمام الضمير المهني وإزاء القارئ.
3. تلتزم المطبوعة بالصدق والأمانة والدقة وبسرية المهنة.
4. المطبوعة ملك القراء ولهم فرصة التعبير عن حق الرد والتصحيح.
5. للصحيفة أن تعبئ الرأي العام دفاعاً عن البلاد وعن الحق والعدل.
6. تتجنب الصحيفة إثارة التعصب وإثارة النعرات والقدح والتحقير.
7. الأنباء المختلفة أو المحرفة ليست صالحة للنشر.
8. الافتراء أو الاهتمام دونما دليل يسيء الى الصحافة.
9. تتحاشى الصحيفة نشر الأخبار غير الموثوق بصحتها.

10. تتحاشى الصحافة نشر المواد من شأنها تشجيع الرزيلة والجريمة.
11. احترام سمعة الفرد وتصون كرامته وحياته الشخصية.
12. الشتم والتهويل والابتزاز من صفات الصحافة الصفراء.
13. المهاترات الشخصية تحط من كرامة المهنة.
14. عدم اللجوء إلى وسائل غير مشروعة لاقتناص الأنباء والأسرار.
15. السبق الصحفي يأتي بعد المصلحة العامة.

4) الحقوق والحريات بالدستور:

1. مبدأ المساواة: إن كل اللبنانيين سواء لدى القانون إذ لا ميزة لأحد إلا من حيث الاستحقاق المادة السابقة.
2. الحريات المدنية والشخصية المادة 8: إن الحرية الشخصية مضمونة في القانون كما ان حرمة المنزل لا يجوز لأحد الدخول إليه إلا في الأحوال القانونية.
3. الحريات الفكرية: مواد 9 – 10 – 13: حرية الاعتقاد مطلقة – حرية التعليم – حرية إبداء الراي قولاً وكتابة ضمن دائرة القانون.
4. الحريات الجماعية 13: إن حرية الاجتماع وتأليف الجمعيات مضمونة ضمن دائرة القانون.
5. الحريات الاقتصادية: النظام الإقتصادي حر يكفل المبادرة الفردية والملكية الخاصة.

5) مبدأ حرية الإعلام في القانون اللبناني:

1. تعريف الحريات العامة: مجموعة الحقوق التي باتت الشعوب تعتبرها حقوقاً طبيعية كالحرية الفردية – حرية الفكر – حرية التعبير – حرية الاجتماع – حرية الدين – حرية التملك.
2. حرية التعبير والإعلام في الوثائق العالمية: إعلان حقوق الإنسان والمواطن سنة 1789 عن الجمعية التاسيسية للثورة الفرنسية كان بمثابة أول وثيقة

رسمية " لا يجوز التعرض لأي إنسان كان مهما كانت آراؤه شرط أن لا يحدث التعبير عنها تعكيراً للنظام العام الذي يعتبه القانون.

- المادة (11): إن حرية الأفكار والآراء من أهم حقوق الإنسان حيث أن لكل مواطن الحق في الكلام والكتابة والطباعة بحرية على أن يتحمل نتيجة سوء استعماله هذه الحرية أمام القانون.
- المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في الجمعية العامة للأمم المتحدة في باريس عام 1948 لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير والحق في طلب المعلومات والأفكار وتلقيها ونشرها بأي وسيلة دون اعتبار الحدود.
- وورد في إعلان استقلال الولايات المتحدة الأميركية 4 / 7 / 1776 النص التالي: "إن البشر أجمعين إنما خلقوا متساويين وقد منحهم خالقهم بعض الحقوق غير القابلة للتصرف ومن بينها الحياة والحرية والسعي لتحقيق السعادة."

3. حرية التعبير والإعلام في القانون اللبناني: المادة 13 من الدستور 1926 المعدل عام 1990 "حرية إبداء الرأي قولاً وكتابة وحرية الطباعة وحرية الاجتماع وحرية تأليف الجمعيات وكلها مكفولة ضمن القانون"

- قانون المطبوعات 1962 يؤكد على حرية الإعلام "المطبعة والصحافة والمكتبة ودار النشر والتوزيع حرة ضمن القوانين العامة وأحكام قانون المطبوعات".

❖ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

لبنان في عداد البلدان التي اعتنقت نظرياً مبادئ الوثيقة الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 ك1 1948 والمعلنة لحقوق الإنسان إعلاناً عالمياً ملتزم ولو معنوياً.

فإن الجمعية العامة تنادي بهذا الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

- المادة الأولى: يولد جميع الناس أحراراً متساوين في الكرامة والحقوق.
- المادة الثانية: لكل إنسان حق التمتع بكافة الحقوق والحريات دون أي تمييز بسبب العنصر أو اللون أو الجنس أو اللغة أو الدين أو الراي السياسي.
- المادة الثالثة: لكل فرد الحق في الحياة والحرية وسلامة شخصه.
- المادة الرابعة: لا يجوز استرقاق أو استعباد أي شخص.
- المادة الخامسة: لا يعرض أي إنسان للتعذيب ولا العقوبات القاسية الوحشية أو الخاصة بالكرامة.
- المادة السادسة: لكل إنسان أينما وجد الحق في أن يعترف بشخصيته القانونية.
- المادة السابعة: كل الناس سواسية أمام القانون ولهم الحق في التمتع بحماية كافية دون أية تفرقة.
- المادة الثامنة: لكل شخص الحق أن يلجأ إلى المحاكم الوطنية لإنصافه.
- المادة التاسعة :لا يجوز القبض على أي إنسان وحجزه تعسفاً.
- المادة العاشرة: لكل إنسان الحق أن تنظر قضيته أمام محكمة مستقلة نزيهة "دون تمييز".
- المادة الحادية عشر: كل شخص متهم بجريمة يعتبر بريئاً إلى أن تثبت إدانته قانونياً بمحاكمة علنية تؤمن له الضمانات الضرورية للدفاع عنه.
- المادة 12: لا يعرض احد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته أو لحملات على شرفه وسمعته.

- المادة 13: لكل فرد حرية التنقل واختيار محل إقامته داخل حدود كل دولة وأن يغادر أية بلاد والعودة إليها.
- المادة 14: لكل فرد الحق في أن يلجأ إلى بلاد أخرى هرباً من الإضطهاد.
- المادة 15: لكل فرد الحق في التمتع بجنسية ما.
- المادة 16: للرجل والمرأة الحق متى بلغا سن الزواج حق التزاوج وتأسيس أسرة دون أي قيد بسبب الجنس أو الدين دون إكراه.
- المادة 17: حق التملك بمفردة أو بالاشتراك مع غيره ولا يجوز تجريده من ملكه تعسفاً.
- المادة 18: لكل شخص الحق في حرية الراي والتعبير.
- المادة 20: لكل شخص الحق في حرية الاشتراك بالجمعيات السلمية دون إكراه.
- المادة 21: لكل شخص نفس الحق الذي لغيره في تولي الوظائف العامة وإن إرادة الشعب هي مصدر السلطات الحكومية.
- المادة 22: لكل شخص الحق في الضمانة الاجتماعية.
- المادة 23: لكل شخص الحق في العمل بشروط مرضية.
- المادة 24: لكل شخص الحق بالراحة في أوقات الفراغ وفي عطلات دورية بأجر.
- المادة 25: لكل شخص الحق بمستوى عيش لائق مادياً وصحياً وللأمومة والطفولة والحق بالحماية الاجتماعية.
- المادة 26: لكل شخص الحق بالتعلم وللآباء الحق الأول في اختيار نوع تربية أولادهم.
- المادة 27: لكل فرد حق المشاركة في التقدم العلمي.
- المادة 28: لكل فرد حق التمتع بنظام اجتماعي دولي.
- المادة 29: على كل فرد واجبات نحو التمتع الذي يتاح فيه وحده لشخصية أو تنمو نمواً حراً كاملاً.

- المادة 30: ليس في هذا الإعلان نص يجوز تأويله على انه يخول لدولة أو جماعة او فرد أي حق في القيام بنشاط او تأدية عمل يهدف إلى هدم الحقوق والحريات الواردة فيه.

❖ ملحق (اتحاد الصحافة اللبنانية):

الفصل الأول – إحكام عامة

المادة 77: ينتظم الصحفيون في هيئتين مستقلتين هما:

- نقابة الصحافة اللبنانية
- نقابة محرري الصحافة اللبنانية

ويتألف من هاتين النقابتين هيئة عليا تدعى" اتحاد الصحافة اللبنانية" يرئسها نقيب الصحافة ويتولى امين السر فيها نقيب المحررين

المادة 78: مركز اتحاد الصحافة بيروت ونطاقه على جميع الأراضي اللبنانية ويتمتع بالشخصية المنوية.

الفصل الثاني – نقابة الصحافة اللبنانية

المادة 79: تتألف الجمعية العمومية لنقابة الصحافة اللبنانية من جميع مالكي المطبوعات الصحفية في لبنان الذي تتوافر فيهم الشروط وفقاً للمادة 10على أن يكون للمطبوعة عند التصويت صوت واحد.

المادة 80: تعقد الجمعية العمومية دورة عادية في السنة تشرين الثاني وتعقد دورة انتخابي عامة كل 3 سنوات كانون الأول ودورة استثنائية كل ما دعت الحاجة.

المادة 81: يقسم أعضاء الجمعية العمومية الى فئتين:

- الفئة الأولى: الأعضاء الممثلين للمطبوعات الصحفية السياسية.
- الفئة الثانية: الأعضاء الممثلين للمطبوعات الصحفية غير السياسية والوكالات الإخبارية والنقلية والنشرات الاختصاصية.

المادة 82: لا يجوز ان تمثل المطبوعة الصحفية الواحدة في جلسات الجمعية العمومية اذا كانت لأكثر من مالك إلا بصوت واحد.

المادة 83: يدخل في اختصاص الجمعية العمومية:

- المصادقة على الموازنة السنوية
- تحديد بدل الاشتراك ورسم القبول
- مراجعة حسابات السنة المنصرمة وتصديقها
- بحث المسائل التي تهم النقابة
- انتخاب مجلس النقابة وإتمامه إذا انخفض العدد.
- المادة 84 : يؤلف مجلس نقابة الصحافة من 18 عضواً يوزعون كالآتي
- إثنا عشر يمثلون المطبوعات الصحفية السياسية اليومية
- خمسة يمثلون المطبوعات الصحفية السياسية الموقوتة
- واحد يمثل المطبومات الصحفية غير السياسية.

المادة 85: بعد انقضاء ثلاثة أيام على انتخاب المجلس ينتخب المجلس من بين أعضائه مكتباً للنقابة مؤلفاً من نقيب ونائب نقيب وأمين سر وأمين صندوق.

المادة 86: يرأس النقيب جميع جلسات النقابة وتكون له الأرجحية عند التعادل في اتخاذ القرارات وينوب عنه نائبه في غيابه.

المادة 87: تحدد واجبات المجلس بنظام داخلي.

المادة 88: يدخل في اختصاص المجلس النقابي:

1. النظر في القضايا التي تهم أعضاء النقابة
2. وضع نظامها الداخلي وتعديله عند الاقتضاء
3. تعديل نظامها المالي عند الاقتضاء
4. إدارة أموال النقابة
5. انتخاب أعضاء المجلس التأديبي وفقاً للمادة 100
6. تسوية النزاعات التي تقع بين الأعضاء بناءاً لطلبهم ولا يجوز لصحفي تحت طائلة الإحالة إلى المجلس التأديبي أن يقدم شكوى من زميل له باللجوء إلى القضاء في شؤون تصل بالمهنة الأبعد إبلاغ الأمر إلى المجلس للتوفيق بينهما.
7. إحالة الأعضاء المخالفين إلى المجلس التأديبي.
8. ملاحقة الأعضاء والأشخاص غير الصحفيين بما يتعلق بكرامة المهنة.
9. النظر بالقضايا التي تهم المطبوعات وإبداء الرأي في طلبات الرخص.
10. النظر في جميع القضايا المتعلقة بالمهنة من تحديد حجم الصحف وسعرها ومواعيد صدورها.
11. تحديد وتعديل الرسوم المترتبة لصندوق النقابة على المطبوعات
12. إدخال التعديلات اللازمة على الرسوم المترتبة لصندوق النقابة على المطبوعات عند الاقتضاء.
13. ملاحقة الأعضاء والأشخاص غير الصحفيين أمام القضاء والسلطات الإدارية عند مخالفتهم أحكام هذا القانون عند التعدّي على صفوف زملائهم عن طريق التلاعب بأنواع مطبوعاتهم.

الفصل الثالث – نقابة محرري الصحافة اللبنانية

المادة 89: تتألف الجمعية العمومية لنقابة محرري الصحافة اللبنانية من جميع الصحفيين العاملين في مطبوعات صحفية تصدر في لبنان دون أن يكونوا من مالكيها على أن يكونوا مسجلين في الجدول النقابي للصحافة.

المادة 90: يجوز للأجنبي أن يمارس التحرير دون الانتساب للنقابة وله الحق بالبطاقة الصحفية كمحرر صحفي على أن:

- يكون مأذوناً بالإقامة في لبنان وبالعمل فيه
- أن تكون المعاملة بالمثل مطبقة في بلده.

المادة 91: تعقد الجمعية العمومية لنقابة المحررين دوراتها وتعيين اختصاصها وفق المادتين 80 و 83

المادة 92: يؤلف مجلس النقابة المحررين من إثني عشر عضواً

المادة 93: تطبيق البنود 1 الى 8 من المادة 88.

المادة 94: يخضع مراسلو الصحف الأجنبية لنظام خاص.

الفصل الرابع – المجلس الأعلى للصحافة

المادة 95: يتألف من مكتبي نقابة الصحافة ونقابة المحررين وعضوين من كل نقابة ينتخبها مجلسها لمدة سنة واحدة يجتمع مرة في الشهر على الأقل أو عند طلب مجلس أحد النقابين ويكون رئيس مصلحة الصحافة والقضايا القانونية في وزارة الإعلام مفوضاً للحكومة لدى هذا المجلس.

المادة 96: يدخل في اختصاص المجلس الأعلى للصحافة:

1. النظر في جميع القضايا التي تهم الصحافة والصحفيين بصورة عامة ومشتركة ما عدا القضايا التي تخص كل نقابة.
2. وضع النظام الداخلي لإتحاد الصحافة اللبنانية بعد موافقة وزير الإرشاد والسياحة.
3. العمل على إنشاء صندوق تقاعد للصحفيين.
4. تعيين لجان مشتركة للتمثيل الصحافي في المناسبات الكبرى.

الفصل الخامس – لجنة الجدول النقابي للصحافة

المادة 97: ينبثق عن اتحاد الصحافة اللبنانية هيئة تدعى "لجنة الجدول النقابي للصحافة"

تتألف من مكتبي نقابتي الصحافة والمحررين برئاسة نقيب الصحافة

المادة 98 : يدخل في اختصاص لجنة الجدول:

1. النظر في طلب الانتساب إلى الجدول النقابي للصحافي.
2. منح البطاقات الصحفية والمأذونيات بالانتداب الصحفي إلى الخارج.
3. منح الشارات الصحفية على اختلافها.

الفصل السادس – المجلس التأديبي

الفصل السابع – احكام مؤقتة وختامية

مادة 106: تؤلف لجنة برئاسة مدير عام وزارة الإعلام وعضوية رجلي قانون يختارهما وزير الإرشاد والسياحة وأربعة صحافيين يختارهم مناصفة كل من مجلس نقابيتي الصحافة والمحررين ويعهد لهذه اللجنة.

1. إعداد مشروع قانون بتحديد الامتيازات التي يتمتع بها الصحفيون
2. تحضير مشروع قانون بإنشاء صندوق تقاعد وإسعاف للصحفيين.

الفصل الخامس

وكالات الإعلام الغربية والعربية

الفصل الخامس

وكالات الإعلام الغربية والعربية

المبحث الأول: وكالات الإعلام الأوروبية

أولاً: وكالة الأنباء الفرنسية

ثانياً: وكالة انباء رويترز

المطلب الأول – وكالة الصحافة الفرنسية:

أسس هافاس مكتبة الإتصال والمراسلة في باريس عام 1832 استطاع هافاس اليهودي الأصل تحقيق حلمه وتصوره لوكالة الأنباء مع تطوير عمل مكتبة باسم "وكالة هافاس" إذ ارسى لأوّل مرة في التاريخ أصول تجربة الوكالة الحديثة.

فعمل على أن لا يقدم الخبر بمثابة شائعة أو نبأ مزاجي إنما أشبه بتقرير وصفي مختصر وصحيح وسريع وإدراك أن هكذا أخبار تشبع احتياجات القراء ورغباتهم وهي أهم الخدمات التي يمكن أن تقدمها وكالة الأنباء للصحف المستقلة الأخبارية والدينية...

وينبغي أن يكون لها أجهزة متخصصة في جمعها وتحريرها وتوزيعها وهذه الأجهزة هي "وكالات الأنباء" وأن المخبرين هم وكلاء العامة والخاصة في الإعلام."

غدت إيرادات الإعلانات الدعامة الأساسية للوكالة في خططها وتسويقها وانتشارها عبر مراسليها مما أتاح لها فاس توسيع مؤسسته وشراء أكبر مكتب للإعلانات في فرنسا مكتبة "بوليه" 1860 مما جعله يقدم خدمات ل 200 صحيفة في الأقاليم الفرنسية فضلاً عن توزيع مراسلين للوكالة في معظم عواصم أوروبا لسد حاجات المشتركين حتّى حققت ارباحاً تجاوزت 500 مليون فرانك فرنسي.

مما حدا بأهل السياسة وقادة الرأي على ضرورة فصل الإعلام عن الإعلان وما إن تحقق هذا الانفصال من الإعلام والإعلان حتى أخذت الأزمات المالية تتوالى على وكالة هافاس في فترة ما بين الحربين كما أن هزيمة فرنسا 1940 عجلت بانهيار كل شيء حيث توقعت الوكالة في بوردو

صحافة المقاومة:

ظهرت في فترة الاحتلال النازي لفرنسا، حولت حكومة فرنسا الحرة في المنفى مكتب هافاس إلى "الوكالة الفرنسية الحرة"

ومع عودة السلطة لحكومة فرنسا الحرة كافأت الدولة بالوكالة وسميت "بالوكالة الفرنسية للأنباء عام 1944 وهي مؤسسة عامة تتمتع بشخصيتها المعنوية وباستقلالها المالي وترتبط الوكالة الفرنسية مع 30 وكالة بعقود مهنية لا سيما كبرى العالمية منها مثل الأسوشيت برس ورويترز وانترفاس وولف.... ولها 3 مراكز للاستماع في بيروت وهونغ كونغ وباريس نفسها هذا وتقدم الوكالة الفرنسية بتقديم الأخبار السياسية والدبلوماسية التقليدية وإعداد خدمات اقتصادية لرجال المال والأعمال – فضلاً عن خدمات الرياضة.

أما توزيع نشراتها فيتم بواسطتها مباشرة عبر وكلائها المنتشرين في أصقاع العالم.

ادخلت عام 1990 تحديثات لنشاطاتها كالمعلوماتية بحيث كتبت حوالي مليون ونصف كلمة يومياً.

تقدم الوكالة الفرنسية خدماتها إلى حوالي 12 الف مشترك من مختلف الهيئات الرسمية الخاصة و 10 الاف في قطاع الإعلام والإعلان والتسويق بينها 650 صحيفة و400 محطة إذاعة و200 تلفزيون. 100 وكالة أنباء محلية ووطنية.

كما ترتبط شبكة خدماتها بكل دول العالم مترافقة مع خدمة Flash AFP على أساس عشر نشرات مقتضبة وسريعة مدة الواحدة دقيقتان ونصف.

المطلب الثاني – وكالة رويترز:

اسس جوليوس رويترز مكتباً اخبارياً له في لندن سنة 1851 وعني بأخبار البورصة وأخبار المال والسندات والاقتصاد واثبت كفاءة مهنية على الساحة الإعلامية فكانت ثالث وكالة أوروبية بعد الفرنسية والألمانية.

ففي القرن التاسع عشر عمدت جريدة التايمس إلى تعيين مندوب مراسلين لها في العواصم الأوروبية لاستقطاب الخبر باكراً مثلما تقدم وكالة رويترز وغدا كلاهما يرتاب من أعمال الآخر.

حفلت سبعينات القرن التاسع عشر بحروب أوروبية وأميركية بين الشمال والجنوب وكانت أخبارهما "مادة ساخنة" لتوزيعها على مشتركيها بفضل خطوط التلغراف السلكية وهنا بدأ الصراع بين وكالات الأنباء محموماً مما رفع قيمة الخبر وبدل تكلفته المادية فوكالة رويترز اول من أذاع نبأ هزيمة نابوليون الثالث واستسلامه وحصل مراسلها على النبأ من بسمارك نفسه مما جعلها موثوقة المصدرية.

وكان لظهور الصحافة الشعبية الزهيدة الثمن أثراً مهماً أخذت تتسابق الصحف للإهتمام بزوايا الأخبار على مختلف أنواعها.

ومع تسارع نبض الحياة عند الخبر القصير والسريع بل والمصدر أفضل مادة رائجة.

كذلك يحضر في هذا المقام عنصر المنافسة الشديدة بين الصحف وإصرارها على الإحتفاظ بالريادة والأولوية في عالم الخبر بشكل تتسابق فيه عقارب الساعة على الزمن نفسه.

المطلب الثالث – وكالة رويتر في مصر:

على أثر اتفاق الوكالات الثلاثي غدت مصر من نصيب رويتر البريطانية ومع اكتساح الانكليز لمصر عسكرياً اكتسحت رويتر أيضاً الساحة الإعلامية ثم امتدت الى السودان مع امتداد الاستعمار الانكليزي الى السودان بحيث كوفئ الضابط "وينجت" مراسلها الى السودان كحاكم للسودان.

والغريب أن رويتر توزع نشراتها مجاناً على الجنود الانكليز على حين تدفع الحكومة الفرنسية بدلات اشتراكها وثمن النسخ الموزعة على الجنود.

- من المنافسة الى الاحتكار:

كثرت تجاذب الوكالات الكبرى منافسة حتى انتهى الى تقاسم العالم: سنة 1870

- وكالة "وولف الألمانية" حظيت بمحمية بروسيا والنمسا.
- وكالة "رويتر"، فكان نصيبها المستعمرات البريطانية والشرق الأقصى.
- "الوكالة الفرنسية"، المستعمرات الفرنسية وقسم من أميركا اللاتينية وحوض المتوسط.

- وكالة رويتر بخدمة الإمبراطور:

مرت رويتر بعدة مراحل منذ تأسيسها

1. مرحلة التأسيس.
2. مرحلة الاحتكار.

3. مرحلة شركة تعاونية.
4. مرحلة الملكية الرباعية الخاصة وهم مالكو الصحف، ومجمعية الصحافة، والصحافة الاسترالية – والصحافة النيوزلاندية.

إنهاء وكالة لا تسير في التبعية الرسمية كما أن للوكالة مكاتب كبرى في الخارج مثل نيويورك وباريس وروما – وفرانكفورت والقاهرة – وبيونس أيرس يدير كل منها مدير إنكليزي يعاونه بعض المساعدين الإنكليز والمراسلين المحليين.

- كما أنه لها مكاتب في جينيف وستوكهولم
- كما لرويتر مكتب مهم جداً في نيويورك يغطي القارة الأميركية مع اعتمادها تكنولوجيا الجيل الثالث من الحواسب زاد سوق زبائنها ليبلغ مدخولها الإعلامي 950 مليون جنيه
- يبلغ زبائنها 16 الف مشترك 60٪ مؤسسات مالية 25٪ خدمات تجارية
- أدخلت رويتر عام 1992 نظام ديلينغ 2002 المتطور لعقد الصفقات المباشرة المالية الكترونيا لخدمة القطاع المصرفي
- كما اشترت قسم التصوير والرسوم من وكالة اليونالدبرس لتحتكر قطاع الصور والرسوم باحترافية عالية فأنشأت بذلك أفلاماً إخبارية مصورة لكل تلفزيونات العالم.
- على حين اعتمدت 1996 نظام سلسلة 3000 المحوسب للمعلومات دفعة واحدة بحسب التوقيت الحقيقي للخبر في وقت فوري خدمات الـ TV المالي والبريد الالكتروني للزبائن.

المطلب الرابع – وكالات الأنباء الأميركية:

أولاً: وكالة الأسوشيتدبرس

ثانياً: وكالة اليونايتدبرس

1) وكالة الأسوشيتدبرس:

تمثل السياق بالحصول على الأخبار الخارجية الواردة بواسطة السفن الأوروبية أشكالاً تمثل بعضها في أول اتحاد صحفي مكون من 6 صحف أميركية في نيويورك وأطلق عليها "اتحاد أخبار الميناء 1848" ثم ما لبث أن اتخذ اسماً جديداً هو نيويورك أسوشياتد برس" 1856 وسرعان ما تكونت اتحادات إقليمية في U.S.A مما زاد من حدة الصراع ومنها حصر ملكية الأخبار ولا يمكن قبول أي عضو جديد، كما لا يمكن لأي صحيفة عضو في الإتحاد بيع الأخبار إلى الصحف الأخرى إلا عبر الوكالة. وهكذا اتضح لنا حصرية هذه الوكالة للأخبار وظل حال التنافس إلى حد اقتنع معه جميع فرقاء وكالات الأنباء إلى ضرورة التعاون الحقيقي بينهم بإنشاء وكالة كبرى قوية ظهرت بداياتها في الولايات الغربية الوسطى إلينوي تدعى "وكالة الأسوشياتد برس" 1892.

إلا أن نشوة الاحتكار لم تدم طويلاً حين قاضتها صحيفة "نيويورك صن" رداً على احتكارها فتوزيع الأخبار مما دفع القضاء إلى إبطال احتكار الوكالة الأخبارية وإلزامها بتوزيعها مما حدا بها إلى رحيلها عن إلينوي سنة 1895 لتستقر في نيويورك.

- انتقال الوكالة إلى نيويورك وأوروبا:

عمدت الوكالة إلى توسيع أعمالها بافتتاح مكاتب لها في أوروبا دون منافسة نظيراتها الأوروبيات ثم تفاهمت معها على تقاسم العالم إلى مناطق نفوذ للوكالات بحيث تدخل الأوروبية إلى أميركا عبر الاسوشياتد برس لكن الأخيرة

شعرت بأن الاتفاقية مجحفة وسعت إلى التخلص منها بكل الوسائل بشعار "لتسقط الحواجز" وهكذا تكون برسم أخبار الشرق الأقصى في اليابان ثم إطلاق يد الوكالات في العالم دون قيود وإذا بالوكالة تعود إلى مبدأ الاحتكار الإعلامي لكن الحكومة الأميركية هددتها بالمقاضاة وإلزامها بتخفيف قيود عضويتها.

- يدير الوكالة مدير لمدّة ثلاث سنوات قابلة للتجديد ولها مئات المكاتب التمثيلية في أميركا وخارجها ومراسلين في مختلف أنحاء العالم ومن أهمها مكاتب سان فرانسيسكو ولندن وطوكيو وتل أبيب وفي الشرق الأقصى.
- تمثلت خدماتها سابقاً تلغرافياً واليوم الكترونياً عبر الأقمار الاصطناعية على شبكات الإنترنت في بث نشراتها وتوزيعها نصوصاً وصوراً وخلافه.
- وتعتبر الوكالة من المؤسسات النادرة في احترافية التصوير الأخباري والإعلامي لا سيما اعتمادها الآلات الرقمية دون أفلام لتبث مباشرة وفوراً الصور الآتية لحديث معين أو صورة عبر الأقمار الصناعية إلى مشتركيها خلال لحظات والذين يفوقون 10 آلاف زبون.
- وتتعاون مع شركة داو جونز للأسهم بتزويد مشتركي الأسهم بأحدث البيانات الفورية في كل أنحاء العالم.

2) وكالة اليونايتد برس اسوسياشن:

تعود نشأتها إلى سلسلة (سكريبس – ماكري)، (ونيوز اسوسياشن و بابلشرز برس) وأمام حدة المنافسة دمجت الثلاثة باسم "اليونايتد برس اسوسياشن " 1907.

وهي وكالة لا تعترف بالاحتكار بل سارت على سياسة الباب المفتوح لذا كان طريقها صعباً لمقاومة الاسوسياشن برس وسواها من الأوروبيات دأبت الوكالة على تطوير نشاطاتها وخدماتها الإذاعية بلغة إذاعية مباشرة كسباً للوقت حتى اصبح عدد مشتركيها 1700 مشترك في السبعينات موزعين على 52 بلداً.

واليونايتد برس ليست اتحاد تعاونيات بل شركة تجارية ذات شخصية معنوية وقانونية تبيع الأخبار والصور والمواد الإعلانية للصحف والإذاعات البالغ عددها 2300 دورية وإذاعة في U.S.A. وتقوم وكالة متفرغة عنها "فيتشر سنديكت" بتوزيع التحقيقات الصحفية والمقالات يضاف إلى ذلك أنها تزود السفن المشتركة في أخبارها في عرض البحر وللوكالة مدير عام للأخبار وثاني تجاري وثالث للخارج ورابع للمبيعات وأخيراً للصور الأخبارية.

وهي لا تتبع أسلوب المركزية وتعطي لمكاتبها الرئيسية صلاحيات واسعة ومكاتبها موزعة في سان فرانسيسكو – ويوينس ايرس ولندن وباريس وطوكيو إضافة إلى 800 مكتباً في سائر العواصم كالقاهرة والرياض والدار البيضاء... لكن ما لبثت أن تكشفت عن ازمات مالية حتى عام 1985حيث قام الوليد بن طلال بشرائها إلا ان السوق العربية لا تشكل سوى 3٪ من سوق الإعلام الدولي وانتهى الأمر بأن قادت الوكالة نحوها "مالكين كوريين "لصن ميونغ موون".

- **الوكالات كاحتكارات إعلامية:**

لقد اثرت الأزمة الاقتصادية العالمية خلال الحربين العالميتين على سوق الصحف والوكالات بحيث ارتفعت الأسعار بحيث سقطت صحف كثيرة أو اضطر للاندماج مع صحف أخرى.

إن الوحدات الصغيرة لن تبقى متنافسة لمدة طويلة ولذلك يجب ابتلاع المنافس الصغير وانتهت عمليات التركيز إلى أن أصبحت الصحف تعتمد على مصدرين اثنين همت وكالة الاسوشياتد برس ووكالة اليونايتد برس انترناشيونال.

غير أن الاعتماد على وكالتين اثنتين يقلل من فرص الاختيار وتحقيق الشخصية الصحيفة المستقلة.

لكن الصحف والمجلات تحاول جاهدة أن تتخلص من الطابع الخطي وأن تضفي على نفسها طابعاً شخصياً منجزاً وهو أمر جد عسير في ظروف التقدم التكنولوجي الذي فرض نفقات باهظة ولعل أشهر هذه المحاولات "صحيفة نيويورك تايمز" التي بدأت بأربعة مشتركين ولها الآن 99 مشتركاً داخل U.S.A و 55 مشتركاً خارج الولايات من بينها الأهرام المصرية.

- اسعار بعض وكالات الأنباء حتى 1993:

تختلف باختلاف البلد وإمكانية القيمة الشرائية.

مثلاً:

1) وكالة المغرب العربي للأنباء تدفع سنويا للصحافة الفرنسية 57800$
2) الأنباء اليمنية سبأ تدفع سنوياً للصحافة الفرنسية 17300$
3) الأنباء اليمنية سبأ تدفع سنوياً لرويترز 18000$
4) وكالة السودان للأنباء تدفع سنوياً للصحافة الفرنسية 24000$
5) وكالة الأنباء الكويتية تدفع سنوياً للصحافة الفرنسية 78104$

المبحث الثاني
وكالات الأنباء العربية

أولاً: وكالات الأنباء في مصر.

ثانياً: الوكالة الوطنية للإعلام.

1) وكالات الأنباء في مصر

- عرف القطر المصري على عهد الخديوي إسماعيل ما يدعى "بوكالة الأنباء" عام 1877 إلا ان البدايات الفعلية لوكالات الأنباء في مصر فظهرت مع أربع مكاتب للأخبار وهي:

وكالات الشرق العربي	وكالة ابناء العروبة	وكالة الأنباء المصرية	ووكالة مصر
1935	1940	1950	1952

وكالة أنباء الشرق الأوسط: و – أ – ش

ارتأى مجلس الثورة نهاية 1955 إنشاء وكالة ذات شأن ظهر تأسيسها في شباط 1956 دعيت "وكالة انباء الشرق الأوسط" على شكل شركة مساهمة رأس مالها 20000 جنيه على ان تمتلك أسهمها الصحف المصرية متضامنة وهي الأهرام – ودار أخبار اليوم – ودار الهلال – ودار التحري.

- أصدرت الوكالة أولى نشراتها 31 آذار 1956 في القاهرة وافتتحت فروعاً لها في الخرطوم وغزة وعمان وبيروت ودمشق سنة 1956 وكان إن حولت الدولة هذه الوكالة إلى "شركة توصية بسيطة" سنة 1959 بنفس التسمية السابقة ونصبت عليها أحد العسكريين كمال الدين الحناوي وجاء في أغراض إنشاء الشركة الجديدة لأسباب إعلانية ظاهرياً ولكنها سياسته

باطنياً. ثم ألحقت بالقطاع العام 1962 ثم تحولت إلى شركة مساهمة 1964 تحت اسم وكالة أنباء الشرق الأوسط مهمتها تنوير الرأي العام ومحاربة الأخبار المدسوسة ضد الجمهور والعالم العربي وطبع الكتب وتوزيعها.

- ومع الاضطراب المستمر في وضعها الإداري نتيجة لتدخل السلطة والعسكر في غير اختصاصهم وبدء اهتزاز مركز الوكالة صدر قرار رئاسي سنة 1967 بتصفية الشركة ونقل كل أصولها إلى "وكالة الصحافة العربية المتحدة" التابعة للأهرام ودار المعارف وأخبار اليوم.
- ومع عهد السادات الحق بالوكالة اتحاد الإذاعة والتلفزيون لتجانس الاختصاص.
- كما وأن الوكالة أبرمت عقوداً مهنية مع أغلب الوكالات العالمية المشهورة لتبادل المعلومات وترجمتها الفورية وبثها ونشرها وتوزيعها على المشتركين والعملاء.

ورغم كل التحولات الداخلية والخارجية لوكالة أنباء الشرق الأوسط ظلت متماسكة في هيكليتها احترافية في أدائها ديناميكية في تحركها وطنية في توجهاتها إقليمية في عروبتها دولية في عصاميتها مهمة في انتشارها موثوق في مصادرها جيدة في تحريرها.

بناءً عليه فقد اعتمدتها في السبعينات – الصحف ومحطات T.V العربية والآسيوية والأفريقية فضلاً عن الأوروبية والأميركية بمثابة المصدر الموثوق والديناميكي عن أخبار الشرق الأوسط يتراوح ما بين 150 – 200 خبر يومي 300 تسجيلي وأكثر من 150 تحقيق و300 صورة شهرياً.

- **معطيات قبول الأخبار العربية بوكالات الأنباء الدولية:**

لقد استغرق أمر معرفة ذوق وكالات الأنباء الدولية وما ترغبه من أخبار ما يقارب الخمس سنوات ولم تكتف الوكالات العربية الطلب من الوكالات الدولية الثلاث بل تجاوزتها إلى وكالة الصحافة الألمانية التي لها امتدادات واسعة في الدول العربية.

بعد استطلاع آراء الوكالات الأنباء رويتر والأسوشياتد برس والألمانية مكتوبة وما هي المعطيات التي تراها مناسبة لقبول الأخبار العربية في نشراتها خرجنا بالوصايا الـ14:

1. يجب أن لا تبقى أي أسئلة دون إجابة مع توضيح الخبر بغية فهمه.
2. ضرورة تحقيق التوازن في الخبرين المتناقضين
3. أن يكون الخبر صالحاً للاستعمال
4. أن يكون بمقدور المحرر تقييم قدرة المتلقي على استيعاب الخبر ومدى احتياجه له.
5. الاهتمام بدقة الخبر لأن الخبر غير الدقيق لا يمكن الفهم منه إذا كان هو رد فعل على حدث ما أم هو سياسة دولة تجاه حدث ما.
6. في حال اقتباس جزء من التصريح ضمن خبر فيجب وضعه داخل قوسين.
7. على المحرر مراعاة استخدام طريقة الاقتباس المباشر عندما يتعامل مع افتتاحيات الصحف.
8. عندما تقوم وكالات الأنباء العربية بتوزيع نشراتها الأخبار باللغة الانكليزية من المفيد وبقدر الإمكان نشر الترجمة الحرفية الكاملة والمباشرة للخبر.
9. على محرري الوكالات العربية استخدام تفاصيل للسيرة الشخصية للأشخاص الواردة ذكرهم في البلاغات وأخبار التعيينات كما في الوفيات وذكر الأعمار.
10. على الوكالات ذكر مصادر الجوانب المختلفة للقصة الإخبارية.

11. السرعة مهمة لكن دون الإضرار بالدقة.
12. من المفيد التحقق مرتين من الأرقام الواردة في بنود الأخبار.
13. من الضروري نشر تقارير إخبارية عن مواضيع خفيفة تثير اهتمام القارئ إضافة إلى الأخبار السياسية.
14. من الضروري الأخذ بعين الاعتبار ان مهمة الوكالة إيراد الأخبار وليس إعطاء تفسيرات لها.

2) الوكالة الوطنية للإعلام في لبنان:

1. تأسيس الوكالة الوطنية وصلاحيتها:

تأسست بمرسوم 7276 سنة 1961 وتخضع لإشراف مدير عام الوزارة وصلاحيتها لحظها المرسوم 8588 سنة 1962 حيث أصدرت نشرة باللغات العربية والفرنسية والإنكليزية.

- ومهمتها "جمع الأخبار والتعليقات والبيانات المتعلقة بالأحداث الآنية الوطنية ومحيطنا ونشرها.

والغاية تأمين مجموعة يومية من الأخبار تعمد إلى نشرها في الإذاعة والتلفزيون والصحافة. فمهمة المدير بالوكالة "كونه الحارس على التوجيه الإعلامي الرسمي.

وتتكون الهيكلية الإدارية للوكالة من:

- أمانة السر الإدارية ودائرة الأنباء العامة، ودائرة الأنباء الإذاعية ومعظم الجهاز من الصحفيين.

2. دائرة الأنباء العامة:

تتولى هذه الدائرة "تحري" وجمع الأنباء وتحريرها ونشرها مع التعليقات والبلاغات وخاصة بما يتعلق بأوجه نشاط الدولة والحياة السياسية في البلاد وتضم 6 أقسام.

أ. أمانة التحرير: مهمته جمع ما تنتجه دائرة الأنباء العامة لتبويبه وإعداده.

ب. قسم الأخبار والتعليقات: جمع الأنباء وتحريرها لاسيما نشاط الدولة وأحداثها.

ج. قسم الريبورتاج: مساعدة الصحافة على نشر المعلومات التي تحتاج إلى جهد للحصول عليها.

د. قسم الدراسات واستعراض الصحف: فرع لتخليص لتعليقات الصحف والمجلات اللبنانية يومياً.

استعراض الصحف الأجنبية: يترجم كل ما ينشر في الصحف العالمية ومتابعة الصحف العربية فيما يختص بلبنان.

فرع الاستماع الإذاعي: يصدر نشرة يومية تلخص التعليقات السياسية عربياً وعالمياً.

هـ. قسم المحفوظات والأرشيف: مهمته حفظ الأخبار العالمية والمحلية الهامة.

و. قسم الشبكة الدولية: يقدم عن طريق التعاون مع الوكالات الدولية والأجنبية التي يمكن الاستفادة منها على عنوان صفحة الوكالة: news@nna-leb.gov.lb – www.nna-leb.gov.lb

3. دائرة الأنباء الإذاعية:

- مهامها:

تهيئة برامج الأنباء المنتظمة المعدة للإذاعة لاسيما نشرات الأخبار اليومية باللغات الثلاث وتضم هذه الدائرة قسمين:

أ. قسم الصحيفة الإذاعية: تقوم بإعداد نشرات الأخبار والصحفية الإذاعية بناءً على العناصر التي تزوده بها وكالة الأنباء الوطنية والإذاعة والوكالات اللبنانية الأخرى.

ب. قسم الأحداث الآنية السياسية:

ويعني بإعداد إذاعات خاصة نشرات مقابلات اجتماعات حلقات ومقتطفات من أقوال الصحف كما يوجد 24 مراسلاً في مختلف الأقضية وخمس مراكز في المحافظات ومكاتب في القاهرة، باريس، لندن وواشنطن.

- مركز النشر اللبناني:

حدد المرسوم 25 سنة 1983 لتفعيل "مركز النشر اللبناني" وحددت مهماته بما يتلاءم مع السياسية العامة الوطنية ويضم:

1. دائرة العمل الداخلي: تتابع الرأي العام اللبناني وشرح الأهداف العامة لسياسة الدولة وتضم قسمين:

أ. قسم القضايا الاجتماعية.

ب. قسم التوجيه العام.

2. دائرة العمل الخارجي: تعنى بالتواصل مع المغتربين خصوصاً العلاقات العامة مع الآخرين عموماً وتضم ستة أقسام:

أ. قسم النشر بالعربية

ب. قسم النشر بالفرنسية

ج. قسم النشر بالإنكليزية

د. قسم النشر بالإسبانية

ه. قسم النشر بالبرتغالية

و. قسم المنشورات المختلفة.

3. دائرة الدراسات والأبحاث: وتهتم بإعداد الدراسات والأبحاث وتحليلات الرأي العام للمساعدة على توجيه نشاطات وزارة الإعلام.

من خطوات تطوير الوكالات الوطنية: ينشر لها 24 مكتباً لمراسيلها في الأقضية والمحافظات واستحدثت 3 أقسام جديدة هي:

- قسم الكمبيوتر – قسم البيئة – والدائرة التقنية

كما عقدت اتفاقيات مع أغلب وكالات الإعلان العربية وعقدت اتفاقيات مع أهم وكالات الأنباء العالمية مثل وكالة الشرق الأوسط ووكالة الاسوسييتيد برس – ووكالة اليونايتد برس – ووكالة رويتر.

كما يجدر الذكر على عقدين مميزين مع وكالة الصحافة العالمية N.P.A والوكالة الفرنسية تتعهدان بإرسال مواد إعلامية إلى الوكالة الوطنية مباشرة عبر (5) أقمار اصطناعية لهذه الخدمة.

فالوكالة تعتبر من أهم المراجع الموثوقة.

الفصل السادس

تطور الصحافة الغربية والعربية

الفصل السادس

تطور الصحافة الغربية والعربية

المبحث الأول: تطور الصحافة الغربية

المطلب الأول – نشأة الصحافة الفرنسية وتطورها:

ظهرت بدايات الصحافة الأوروبية عبارة عن وريقات مخطوطة طائرة بمبادرة فردية طوال أربعة عقود "نشرة الوقائع" ثم اجمعت وقائع سنوية 1611 لتأريخ الثوابت الصحفية عرفت بوقائع "له مركور فرنسية" وهي أول دورية غير موثوقة وفي باريس حددت أول دورية غير موثوقة تدعى "نوفيل اورديئير" 1631 إلا ان ظهور "لاغازيت" 1631 كانت أول دورية رسمية في فرنسا سنة 1650 قام رينودو بجمع افتتاحيات إعداده وملاحقتها سنوياً في مجلدات مستقلة فكان رائداً في تاريخ التوثيق الإعلامي.

- حافظت لاغازيت على رسميتها رغم تبديل اسمها إلى "لاغازيت دي فرانس 1660.
- اعتمدت الأكاديمية الفرنسية تسمية "جورنال" 1648

وبالمقابل ظهرت غازيل 1631 رينودو، جورنال دي سافان 1665، دي سالو، وميركور 1672.

ومن ثم سنلاحظ ظاهرة الصحافة الفرنسية المهاجرة إلى الجوار انكلترا – وبلجيكا – وهولندا لأسباب مهنية أمنية أو اقتصادية.

صحافة القرن الثامن عشر:

احد الأثرياء يشتري "لاغازيت" يدعى بانكوك" ويجددها باسم "لا غازيت دي فرانس" 1761 وأيضاً اشترى "ميركور" ويسميها "ميركور دي فرانس".

وأسس أيضاً صحيفتين مهجرتين "جورنال ده جنيف" و"جورنال ده بروكسل" وبالمقابل ظهرت طفرة للصحافة الأدبية، بموازاة الرسمية ومنها "له سبيكتارتور فرانسيه" 1722 و"له جورنال ديتراجنيه" و"له نوفيل دي باريس" 1735 ثم ظهرت مقاهي ومكاتب المطلعة حيث تأسست صالة كبيرة جداً 1779 تضم أغلب الدور الفرنسية والأوروبية.

بالإضافة إلى إدراج مجالس ورواة الأخبار "وصالوناتها في مجال حركية الصحافة الشفهية أو المحلية على نمط الحكواتي" "الكونت دي ليون"

كما نذكر صالون مدام دوبليه سنة 1570 إذ خصصته لمذكرة "الصحافة السرية" ومنها جريدة "ايكليز تينيك" حتى 1771.

- في هذه الفترة شهدت باريس أول جريدة يومية هي "جورنال دو باري" 1771.

صحافة الثورة:

مع عهد التنوير نهض الأديب ميرابو مطالباً بحرية الصحافة فعمد إلى إصدار جريدتين "ايتا" جينرو وبروفانس 1789" حيث وقعت ثورة نابليون واتسعت حرية الصحافة بحيث صدرت 100 صحيفة في اربع سنوات لغاية 1792 رافقه شعار الصحافة "حارس الشعب" وتميزت بالمزاجية والعفوية في سجلات بين الملكية والجمهورية فأوجس نابليون خفية لاسيما عودة مليونير الصحافة بانكوك لإصدار عدة صحف ثورية منها "له مونيتر أونيفرسال" 1789.

- ويعتبر "هاتان" من أهم مؤرخي صحافة الثورة.
- أولى نابليون صحيفة "له مونيتر" كامل عنايته الرسمية فكان يراجع موادها شخصياً لولعه بالصحافة.

صحافة القرن التاسع عشر:

تميزت بوضع متنبذب للحرية حيث صدر مرسوم عام 1811 يسمح بمصادرة تأميم ملكية الصحف لم يبق في باريس سوى أربعة صحف لكن التأميم زال مع هزيمة الإمبراطور فعادت الحرية ومع عهد الرجعية (1815 – 1830) بتحريض من مارتينال إلى الملك بأن الصحف ليست سوى أدوات للفوضى لكن الغريب أن السلطة نفسها عمدت بالمقابل إلى شراء ذمم بعض الصحف لتسير في ركاب الحكم ليصدر مرسوم 1830 يقضي باستصدار تصريح كل 3 أشهر لصدور أية جريدة مما حرك الشعب في الشارع حيث فرض لويس فيليب رقابة غير مسبوقة باعتقاله 75 صحفياً ورفع 400 قضية بوجه الصحافة وغرامات 90 ألف فرنك.

الصحافة الشعبية:

ظهرت الصحافة الشعبية "له بتي جورنال" 1863 إثر اضطرابات سياسية متعددة حيث بلغ عدد الصحف عموماً 200 صحيفة سياسية و 400 جريدة متنوعة أشهرها "له طان و لو فرانس"

انتهى الوضع السياسي بانتصار بسمارك على نابليون الثالث سنة 1880 للعودة إلى تنظيم الصحافة مما سمح بظهور صحيفة "الكاريكاتور" 1830 مع فيليبون.

الصحافة الفرنسية في القرن العشرين:

نمت الصحافة الفرنسية بمساحة أوسع من الحرية مطلع القرن فظهر في باريس 75 جريدة مختلفة بـ 4 ملايين نسخة.

واحصي 250 صحيفة من دوريات الأقاليم 1914 تهتم بشؤون مناطقها.

1. الصحافة والحرب العالمية الأولى:

اشتدت الضائقة الاقتصادية على الصحافة فاضطر بعضها للاندماج في مؤسسة واحدة وخضعت للرقابة العسكرية.

أسفرت الحرب عن شحن الراي العام المدني والعسكري.

فالإعلام في الداخل بخلاف المعلومات على الجبهة وعندما استعيد السلام فقدت ثقة الشعب بالسلطة حيث ساهمت الصحافة الإخبارية المصورة وكذلك الكاريكاتورية كدور أساسي في التسويق والترويج.

2. ركود الصحافة الفرنسية:

بدأ تطور الصحافة الفرنسية مبتكراً مقارنة مع سواها من الأوروبيات فارتفع توزيعها إلى 12 مليون سنة 1929 وتقدمت "فرانس سوار" على غيرها ولمع نجم الصحف المصورة وخاصة للأطفال والكاريكاتور.

إلا أن الملاحظ غياب صحافة الرأي المتعلقة بالقرار وأصحابها وعليه نجد تراجع صحف باريس تدريجياً إلى 30 دورية بعدما كانت قبل الحرب 75 صحيفة هذا بالإضافة إلى ظهور أثرياء الصحافة مثل "كورتي الكورسيكي" الذي لا يمت للصحافة إلا بصلة المال.

وأيضاً ركدت خلال الحرب الثانية ونزحت من باريس إلى نحو الجنوب هرباً من حكومة فيشي في وقت يوزع الألمان المساعدات على الصحف الموالية وكان من الطبيعي ظهور صحافة سرية لمقاومة الاحتلال.

نخلص للقول أن الربع الثاني من القرن العشرين كان فترة توقف وركود وتراجع للصحافة الفرنسية.

3. الصحافة الفرنسية بعد خمسينات العشرين:

تشير دراسات تاريخ الصحافة الغربية الحديثة إلى نقلة نوعية في مجال الإعلام عموماً وتقدم وسائل الاتصال مثل الراديو وال TV والانترنت وغيرها على حساب الصحافة المكتوبة التي غدا دورها مكملاً.

التقدم التقني غير حياة الصحافة نحو الأفضل استناداً إلى تقنيات الاتصال والهاتف النقال إلى الخليوي المصور.

كما تميل الدراسات إلى ميل شرائح الجمهور نحو الصحافة المتخصصة.

إن غالبية الصحف الباريسية وجدت صعوبة في المحافظة على قرائها باستثناء "له فيغارو" و"اللوموند" التي جاوز إصدارها 400 الف نسخة يومياً 1967.

إن بقاء الصحيفة المكتوبة وسيلة ضرورية للتأمل الجماعي للعالم إذ لا يمكن الاستعاضة عنها في الدراسات الجادة بالبرامج التلفزيونية إجمالاً.

المطلب الثاني – تطور الصحافة الإنكليزية:

أولاً: نشأة الصحافة الانكليزية وتطورها.

بعد توفر صدور الدوريات في بعض أقطار أوروبا أخذت لندن تروج للصحافة الهولندية 1609 إلا انه لم يكن لها التأثير الكافي.

- تطور الصحافة الإنكليزية:

صدر أول كتاب أخبار منظم الصدور في إنكلترا سنة 1622 وكان يصدر رسمياً باسم السلطات الحكومية.

أما أول صحيفة إنكليزية بالمعنى المفهوم من اللفظ الحديث من حيث الشكل وثبات الاسم وانتظام الصدور "صحيفة" اكسفورد جازيت" 1665 ثم تحول اسمها إلى "لندن جازيت" ولا زالت حتى يومنا فصدرت أول صحيفة يومية 1702 وهي "ديلي كرنت" كما ظهرت صحف إقليمية عديدة.

- غير أن الثورة الحقيقية في الفن الصحافي الإنكليزي كانت على يد اللورد نورثكليف الذي اصدر صحيفة "ديلي ميل" سنة 1896 فكانت ثورة في التحرير والإخراج وتبعتها صحيفة "ديلي اكسبرس" 1900.

وقد أتاح نمو التعليم إلى زيادة عدد القراء فكان ظهور الصحافة الشعبية.

- نشأة الصحافة الإنكليزية وتطورها:

1) الصحافة الإنكليزية في القرنين 17 – 18م

وسميت الصحافة الانكليزية بالديناميية حتى أواخر القرن الثامن عشر حتى لقبت "السلطة الرابعة صاحبة الجلالة" سنة 1770 نظراً لاتساع الحرية.

1) الصحافة والحرية:

بعد صراع مرير بين السلطة والصحافة منحتها مساحة واسعة من الحرية لكن الصحافة العامة لم تعمر طويلاً كفازيت وبالمقابل ظهرت "نورث بريتون" 1762 في مناوأة السلطة والبرلمان وبين هذا وذاك ظهر مسلسل "روبنسون كروز" في الدايلي بوست 1719.

2) التطور التقني في الطباعة والتكنولوجيا:

انصب التطور التقني هذه الفترة على الإنتاج الصحفي حيث بدأت الدوريات عموماً.

- تأسيس وكالة رويترز

أنشا يوليوس رويترز سنة 1851 مكتب خدمات الأخبار 1848 وهو متعامل سابق مع هافاكس بواسطة الحمام الزاجل بداية الأمر حتى شهدت له "التايمز" بنوعية خدمته واضطرت للاشتراك فيها 1858.

ثانياً: صحافة القرن التاسع عشر:

دابت السلطة على تشديد الرقابة على الصحف خشية من تقدمها السريع بفرضها ضرائب الدمغة ورسوم البريد من آثار سخط الشارع فاضطرت السلطة لتخفيض الضرائب 1633 ثم إلغائها 1861.

1) صحيفة التايمز:

تأسست باسم "ديلي يونيفرسال ريجستر" لجون وولتر 1785 ثم استقرت على التايمز واشتهرت مع مديرها "بين" 1841 وتميزت بنزعتها الاستقلالية وسايرت مبدأ الإصلاح وتحسنت أوضاعها لتوزع 40 ألف نسخة سنة 1850.

2) الصحافة الشعبية:

كان من حسنات إلغاء الضرائب على الصحافة أن ارتفع عدد الصحف مباشرة.

- واجهت التايمز منافسة شديدة فاضطر يوليوس إلى حركة التفافية صحيفة على صحيفة ستاندر 1857 وعلى الديلي تلغراف 1855.
- ساهم انتشار الطباعة في ظهور بدعة "صحف الأحد" وتتميز بكونها مصورة وللتسلية في أن يتناولها العامة دون السياسية ومن أشهر الباقيات "الدايلي تلغراف" 25 الف نسخة 1845 ثم ظهرت المجلات المصورة الإحترافية مثل "بتي ماغازين" 1830 ثم "ايفنيغ نيوز" 1881 و"ذي ستار" 1888 كذلك ظهرت صحافة الأقاليم.

3) إمبراطور الصحافة اللورد نورثكليف:

يذهب البعض إلى أن التجدد في الصحافة الإنكليزية مردود إلى هارموست من أثرياء الصحافة وقد منح لقب " اللورد نورثكليف" لاحقاً 1905 لرعاية مجموعته الصحفية الشعبية "تروست" إذ اشترى صحف "انسرز" 1888 و"ايفنينغ نيوز" 1894 و"الديلي ميل" 1896 ومن خلالها مارس الصحافة الإنكليزية المتميزة وابتدع صفحات نسائية حيث طبع مليون نسخة عام 1901.

وفي مطلع 1904 أسس "ديلي الوسترتيدميرور" على النمط الأميركي حيث احتلت الرسوم والصور مكاناً لهما.

ثالثاً: الصحافة الإنكليزية في القرن العشرين:

غدا الصراع التجاري والمنافسة المهنية بمثابة قاعدة التعاطي الاحترافي إعلامياً فنشأت الصراعات وأصبحت الوكالات أبواقاً دعائية سياسية لكل دولة تنتمي إليها وعليه يمكن اعتبار كل الاتفاقيات بين الوكالات العالمية أصبحت ملغاة نهائياً عملياً.

- تسويق مجموعات الصحف الإنكليزية:

نظراً لأحداث الحرب والانتصارات البريطانية ارتفع مجموع عدد نسخ الصحف اللندنية إلى 45 مليون نسخة 1920 ثم على حين خرجت مجموعات اللورد نورتكليف من الحرب أكثر ثورة وانتشاراً بل تقدمت على غيرها لكن وفاة صاحبها شكل مفترقاً مهنياً صعباً في الصحافة اللندنية.

الملاحظ أن هذا التطور في الصحافة الإنكليزية شكلاً ومضموناً وعدداً إنما جاء على حساب المستوى الصحفي العام الأوروبي والنوعي إذ أن التنافس الضاري بينهما من جهة والمجموعات الإعلامية من جهة أخرى إلى توظيف الأحداث الساخنة والمميزة بشكل استغلالي وتهويلي واحتكاري بصورة بعيدة عن التقاليد المهنية والأخلاق الصحفية الإنكليزية المألوفة.

وبعد انتهاء الحرب أغرقت سوق الصحافة الإنكليزية بدوريات فردية جديدة مما حشد منافسة المؤسسات الصحفية الكبرى في وجهها مما أدى إلى اعتراف أكثر "الفرديات" بينما ظلت مؤسسات الصحف الراقية مستمرة لثبات رصيدها.

وقد طبع سنة 1937 من الصحف البريطانية ما مجموعه 18 مليون نسخة وصول عام 1961، 27 مليون نسخة بينما قفز العدد من صحف الأحد من 13 مليون نسخة إلى 30 مليون نسخة.

حيال هذا الاضطراب والتفاوت في آن معاً تآلفت لجنتان لدراسة مطولة عن ازمة السوق ما بين 1945 – 1962 حيث انشأ "مجلس الصحافة الأعلى" أوكل إليه نوع من إقامة وصاية معنوية على الصحافة.

بالمقابل أدت الأزمة الاقتصادية سنة 1960 إلى خسائر فادحة اي ميدان الصحافة فاحتجب عدة صحف مثل "ذي ستار" و"نيوز كرونيكل" ثم اندمجت صحف اخرى مثل "بابلشينغ" مع "ادهامس"العامل.

المطلب الثالث: نشأة الصحافة الأميركية وتطورها:

بدايات:

ان أول صحيفة مبتكرة هي "بنسلفانيا غازيت" 1828 بنيامين فرانكلين وفي كل الأحوال كانت معظم مواد الصحف الأميركية في بداية أمرها تنقل من الصحف الإنكليزية الواردة من أوروبا ومثلت صحيفتا بوسطن وبنسلفانيا دورهما الصحفي الحقيقي في إشعال ثورة 1776.

وفي دستور 1791 "لن يأتي الكونغرس بأي قانون يحد من حرية الكلمة أو الصحافة"

بانتظار عام 1830 بدات بوادر نهضة الصحافة الأميركية بالظهور وتشير الدراسات إلى وجود 17 صحيفة و200 دورية في 13 ولاية سنة 1800 فقد حققت "نيويورك هولد" تحقيقات ميدانية ونقل الأحداث بسرعة باعتماد مراسلين للصحيفة في الخارج فغدا الأمر صرعة فظهرت منافسة الأخريات لاسيما "ويكلي تريبون" سنة 1860 في وقت بلغت الصحف 255 دورية.

ثانياً: صحافة القرن التاسع عشر:

شكلت حرب الانفصال بين الشمال والجنوب (1863 – 1865) محطة أساسية في تاريخ الصحافة الأميركية وارتفع عدد نسخ الصحف وكان للتلغراف دوره الهام في توصيل برقيات الجبهات الساخنة لمراسلي الحرب بمثابة إعلان ساخن.

1) الصحافة الشعبية:

إن الاضطرابات والأزمات شكلت المادة الساخنة للمحررين والمراسلين ورفعت مداخيل الصحف وأحرزت صحافة الولايات المتحدة مع حرب الانفصال وبعدها تقدماً منهلاً إذ أشارت الإحصاءات إلى وجود 2500 صحيفة سنة 1910 تصدر 24

مليون نسخة في وقت تابع تقدم صحف السنتين" انطلاقه وغدا لكل مدينة كبيرة عدة صحف مع رياسة نيويورك لزعامة أكبر مركز لنشر الصحف اليومية حيث صدر فيها 22 صحيفة كبرى يومية 1910.

2) صحافة السنت الواحد:

شكلت الصحافة الشعبية قطب جذب ساحر باستمرار إذ راجت بأسعار زهيدة إنما بأعداد كبيرة ونذكر في هذا المجال اسم قطبين:

"بوليترز اليهودي" وهيرست الأميركي، وتحتل صحفهما الرخيصة بسنت واحد آخر حقبة من تاريخ الصحافة الشعبية الأميركية.

اما الأول: بوليترز الهنغاري الأصل فقد ارتحل إلى أميركا بفترة حرب الانفصال فأغرته الصحافة فاشترى امتياز صحيفتين قديمتين واصدر بديلاً عنهما صحيفة "سانت لويس ديسيباتش" سنة 1878 كصحيفة شعبية ثم اشترى صحيفة "نيويورك وورلد" 1883 واتجه بها إلى عالم الصحافة الصفراء موظفاً بدون خجل الجرائم الدموية والأحداث المثيرة للفضائح فنجح بشكل مذهل.

اما الثاني هيرست كان مواطناً اميركياً أصيلاً وابن احد الأثرياء بدأ متدرجاً صحفياً في "إكزا مينر" ثم ارتحل إلى نيويورك ليؤسس "نيويورك جورنال" الشعبية بسنت واحد وتميز بطموحه وكان أن اسعفته نشوب الحرب ضد اسبانيا لينفرد في استئثارها من خلال مقالات وتحقيقاته عن كوبا والباخرة "مين" في مرفأها هافانا وقد عرف بوطنيته المتطرفة وبطموح سياسي وظفه في إسقاطاته ضد خصومه على صفحات جرائده كما عرفت صحف الأحد انطلاقاً مماثلاً إذ طبع من "ساتردي ايفنينغ بوست" 1.5 مليون نسخة.

فمن الملاحظ انسجام هذه الصحف شكلاً ومضموناً مع مفهوم عقلية المهاجرين الجدد المتميزة بالخشونة ومن ذوي الثقافة الضحلة والراغبين دائماً بالصحافة المصورة والمرسومة.

ويعود سبب قلة النسخ المطبوعة في الصحف الأميركية إلى اتساع مساحة البلاد جغرافياً بالمقابل عرفت سلاسل الصحف حتى بلغت 13 سلسلة عام 1910 تضم 63 صحيفة يومية أهمها مجموعة هيرست ومجموعة سركيبس في وقت لعبت النقابات دور وكالات للمقالات و لتأمين الصور والرسوم التخزينية.

ثالثاً: صحافة القرن العشرين:

شهدت الصحافة في القرن العشرين عدة عوامل تجاذبيتها التكنولوجيا الجديدة وفلسفات سياسية وعوامل اقتصادية اثرت في مجمل وضعها:

1) عناصر مستجدة ومنها:

أ. تحول وظيفة الصحافة: فقد نافست الإخبارية المصورة سائر الصحف المتخصصة التقليدية وعندما انتشر الراديو خسرت الصحافة قراءها بعد الحرب الثانية.

ب. ظهور القوميات الأوروبية لاسيما وقوف الأنظمة وراء المعسكر الليبرالي الأوروبي والشيوعي السوفياتي والتمايزي الأميركي وسعت أميركا لتصدير ديمقراطيتها إلى أوروبا.

ج. التجمعات الصحفية: أسفرت إلى زوال الصغيرة منها بسبب الأزمات الاقتصادية وتجميع الباقيات في "تروستات" لتضمن استمرارها.

د. التقدم التقني: على مستوى المطابع وعبر وسائل الاتصال بهاتف أو الفاكس أو الانترنت أو الأقمار الاصطناعية لتأمين الخبر الساخن.

ه. اخيراً وكالات الأنباء: وهي الدم الحيوي اللازم لكل صحيفة لتواكب الحدث بمصداقية واحتراف.

2) الصحافة الأميركية والمجموعات:

أ. جهدت الصحافة الأميركية في المحافظة على تقدم انطلاقتها إلا أن الأزمة الاقتصادية بعد الحرب الثانية كبحت جماحها حيث تفاوت عدد نسخ الصحف بين 24 مليون سنة 1910 ليرتفع إلى 40 مليون 1940 وازداد صحف الأحد من 17 مليون نسخة إلى 23 مليون نسخة في نفس الفترة.

ب. المجموعات الصحفية: لم يكن لها سوى تأثير بسيط على تجميع الصحف حيث انخفض عدد اليوميات ما بين 1910 – 1940 من 2500 دورية إلى 1800 دورية.

بالمقابل ازدادت محطات الإذاعة والراديو تدريجياً على حين أفلست مجموعة هيرست المشهورة لمناوأتها روزفلت".

ج. ابتدعت الصحافة الأميركية صيغة "التابلويد" اليومية بنصف حجم الصحيفة العادية بعناوين فخمة وصور مدهشة ومثيرة مع زوايا صغيرة للسياسة الخماسية هذا فضلاً عن ظهور نمط آخر جديد في الصحافة مع "ريدز جست" لوالاس 1923 لتفردها بنوعية خاصة من المعرفة والثقافة السريعة.

ازدهار الصحافة الأميركية: رغم تداعيات الحرب العالمية الثانية ظلت الولايات المتحدة تحتل نموذجاً فريداً في وسائل الإعلام.

إلا أن الصحافة انتقلت بعد الخمسينات إلى الاحتراف المهني والإداري.

- الصحافة اليومية: تشير الإحصائيات إلى ازدياد إنتاج الصحف اليومية باستمرار كما ارتفع عدد النسخ من 40 مليون إلى 60 مليون.

ما بين 1940 – 1960 في وقت عجزت صحف الملحقات وبعض الأقاليم عن مقاومة المطالب العمالية المستمرة فلاغرو إذ بقي في نيويورك اليوم 3 صحف بدل 10 صحف في الخمسينات.

المبحث الثاني
تطور الصحافة العربية

تدين الصحافة العربية في نشأتها إلى الصحافة الغربية وتحديداً مع الصحافة الفرنسية مع بونابرت سنة 1798 غزوته إلى مصر وتبعه الخديوي محمد علي باشا الكبير فأصدرا جرنال الخديوي 1827 اتبعها بالوقائع المصرية. أما الجريدة الرسمية يعود إلى الضرورات التي يقتضيها الواقع الرسمي لتنطلق.

المطلب الأول: تطور الصحافة المصرية:

❖ **الصحافة الرسمية في مصر**

أولاً: أولياتها الرسمية مع بونابرت 1798

أثناء حملته على مصر وتزويده بجهاز طباعي متكامل مع فنيين ومعدات ولوازمها مما ساعد على "إصدار أول منشور رسمي" باللغة العربية تاريخ 28 حزيران 1798 موجه للجمهور المصري من على الباخرة "لوريان".

وبعد احتلاله الثغر في تموز أمر بإنزال المطابع في الإسكندرية ووزع أربع آلاف نسخة من المنشور الرسمي الأول شكل ذلك دعاية لحكم نابليون عبر:

- منشورات باللغة العربية والفرنسية في الإسكندرية ثم بالقاهرة.
- جريدة "بريد مصر" باللغة الفرنسية في آب 1798 بالقاهرة.
- مجلة "العشرة المصرية"، باللغة الفرنسية آب 1798.

جريدة بريد مصر: 29 آب 1798 "لو كرييه"

هي الوجه الإعلامي لحملة نابليون أو لجيش الشرق وهكذا تقارب صحيفة لوكوريبيه الإعلام المتخصص كونها الجريدة الرسمية لجيش الشرق وتحت إشراف قوادها أنفسهم مباشرة على ثلاث عناصر:

أ. الوجه الرسمي: ينشر الأوامر والقرارات العسكرية على قواد جيش الشرق ونقل أخباره

- تعريف الجنود الفرنسيين بالمجتمع المصري وإدارته.
- متابعة سياسة باريس.

ب. الوجه التثقيفي: إطلاع الجنود على نشاط أعضاء المجمع العلمي المصري وثقافتهم وذكر طرائف أدبية.

ج. الوجه الإعلامي: ما يتعلق بحياة الجندي الفرنسي الشخصية من حاجات وغذاء بل تعمد نابليون توصيلها إلى الأسطول البريطاني الذي يحاصره.

ثانياً: تأسيس الوقائع المصرية عام 1828 مع الخديوي

1. جرنال الخديوي 1827: يمثل جرنال الخديوي 1813 الحلقة الأولى من سلسلة الجرائد الرسمية على عهد محمد علي وكان على دواوين الأقاليم إرسال خلاصة أسبوعية الى ديوان الجرنال "في اليوم من كل أسبوع."
2. ظروف تأسيس الوقائع المصرية تكون جرنال الخديوي هي النواة الأول للوقائع.
3. أسباب ظهورها: 1827 أوعز الخديوي محمد علي باشا بتأسيسها نظراً لشغفه بصحافة الأستانة وأوروبا وطلب إلى رؤساء الدواوين تزويدها بخلاصة خصوصية عن الوقائع التي تحصل بالجبهات.
4. وصف الجريدة: بداية أربع صفحات ثم أصبحت 8 صفحات ويبلغ اشتراكها السنوي 77 قرشاً بداية الأمر ثم بلغ 100 ق سنة 1900 وظهرت ثلاث مرات أسبوعياً.

- هويتها: وردت تسميتها بالخط الديواني "وقائع مصرية".

5. فهرس الوقائع: ضمت الأنباء الداخلية ومجالس الأقاليم ثم زيد عليها أخبار الأستانة.
6. مواد الوقائع: هيأ الخديوي كل الشروط اللازمة لإخراج الوقائع على الصورة الرسمية المرجوة وتولى تحرير موادها باللغة التركية وعاونه محرر المواد للعربية.
7. تطور الوقائع مع الطهطاوي: 1841 أشار الخديوي بتطور وتجديد الوقائع كصحافة ممالك أوروبا حيث وضع الشيخ الطهطاوي أصول الجريدة بحسب تنظيم اللغة العربية وتنظيم موادها حسب النظام التركي حيث طرأ تطوير جذري من أخبار بسيطة إلى التجديد والغلو في موضوعات في مختلف ضروب المعرفة.
8. تطور الوقائع مع محمد عبده 1880: احتواء أخبار الدواوين والمحاكم والأمن – على أعمال المديريات والنظارات – تقسم الوقائع إلى عدة أقسام: أوامر الخديوي وللنظارات العليا– والعلوم والأداب – والحوادث الخارجية والإعلانات.
9. التطور اللغوي: مع الشيخ محمد عبده وضلوعه باللغة العربية غدت الوقائع مدرسة صحفية لمحرريها حيث رفع أسلوبها لمستوى الحدث والأهم هو اتفاقه مع وكالات الأنباء العالمية رويتر – وهافاس لتزويد الوقائع بالأخبار الدولية.

وما إن احتل الإنكليز مصر حتى اعتقلوا الشيخ عبده ونفوه لتبدأ الوقائع مع الشيخ عبد الكريم سلمان عام 1882.

ثالثاً: الوقائع في العهد الإنكليزي 1882– 1952.

بعد الاحتلال الإنكليزي اتسمت بطابعها الرسمي المتخصص بنشر محاضر جلسات مجلس شورى القوانين والمقررات الرسمية وغدت جريدة رسمية للحكومة المصرية تصدر مرتين أسبوعياً في اربع صفحات على نسختين انكليزية وعربية مع ابتداعها "حروف التاج MAJUSCULE.

رابعاً: الوقائع في عهد الثورة الجمهورية 1952.

كان ضرورياً مواكبة الوقائع المصري لمستجدات الواقع لثورة 1952 وجاءت في ثلاثة أقسام:

- القسم الأول: هو القسم الرسمي للتشريعات: قوانين مراسم قرارات.
- القسم الثاني: للإعلانات ما كان رسمياً أو خاصاً مسموح به.
- القسم الثالث: المتعلق بنشر محاضر جلسات مجلس الشعب النواب أما في السبعينات فغدت ملحقاً بالجريدة الرسمية لجمهورية مصر العربية في عهد السادات.
- ونخلص إلى تنقل الوقائع المصرية بين ثلاثة عهود: خديوية – إنكليزية– وجمهورية وتبقى في النهاية المصدر الموثوق لتاريخ التشريع الدستوري والسياسي والإداري فيمصر حتى يومنا هذا.

- **الصحافة الأدبية:**

- من المعلوم أن الجريدة أسبق في ظهورها من المجلة إلا أن الأخيرة لا زالت تمثل ظاهرة من ظواهر الحياة الحديثة.

وقد عرفت أولى المجلات الأدبية العربية في مصر باسم "روضة المدارس" 1870 وهي أشبه كونها "لسان حال إعلام الفكر والأدب".

ومهما يكن من أمر فالصحافة الأدبية كما هو معلوم ليست للجميع وإنما لفئة متخصصة من الرأي العام.

تبقى الإشارة إلى أن الصحافة الأدبية المتخصصة لم تجذب إليها أحداً من أصحاب رؤوس الأموال أو المثقفين الميسورين لتوظيف أموالهم في قطاعاتها فظلت "رسالة الفكر والأدب" وقفاً على أهل القلم الذين يحملون رأس مالهم في عقولهم.

- **مجلة الثقافة سنة 1939:**

تأسيسها وهدفها: أصدرت لجنة التأليف والترجمة والنشر مجلة الثقافة في كانون الثاني 1939 تحت إشراف احمد أمين وإدارته لها وهدفها:

أولاً: مزاوجة تراث الشرق السابق وحضارته مع الفكر الأوروبي

ثانياً: نشر التراث والإنتاج الفكري العربي والأجنبي الحاضر والسالف.

الثقافة: مجلة أسبوعية للاجتماع والآداب والعلوم والفنون "صاحب امتياز المجلة رئيس لجنة التأليف والترجمة والنشر" أحمد أمين رئيس التحرير المسؤول: "محمد عبد الواحد خلاف" كما أن اغلب أعضاء لجنة التأليف والترجمة والنشر من أهل الفكر وأساتذة الجامعات.

أسرتها وموضوعاتها: مجلة الثقافة:

وهكذا كان عماد الثقافة نخبة من الشباب المثقف منذ عام 1914 ومع ثورة 1919 مع جريدة السفور منبراً لهم ثم مع مجلة الرسالة سنة 1932 إلى مجلة الثقافة 1939 وذلك بهمة 80 شخصاً من خيرة اقلام مصر فهذا توفيق الحكيم يتناول موضوع الاشتغال بالأدب والكتابة – واحمد أمين النقد الأدبي والتراجم – وعائشة عبد الرحمن في التربية والفقه – ومحمد بنوته بالزراعة – ومصطفى الديواني في العلم والطب...

ولم تنال المجلة جهداً في تجديد مقالاتها موضوعاً وأسلوباً وفي مطلع الخمسينات تطعمت المجلة بأقلام شابة متجددة يؤازرها جيل الشيوخ.

الثقافة ومعاجم اللغة العربية دأبت المجلة على الاهتمام بموضوع اللغة العربية عرضاً ونقداً وقد أولى اللغوي الكبير انستاس الكرملي اللغة كل اهتماماته ودورها في حفظ اللغة وصون التراث وبعد ذكره أهم المعاجم اللاتينية مع كليمكس

"الموسيون" وفريوس "معاني الألفاظ" و"المعجم" المماثل لدوائر المعارف اليوم وقد نشر في باريس سنة 1502 ثم ينتقل إلى أول معجم عربي بالمعنى الحقيقي للكلمة فيقف عند الخليل ابن أحمد الفرا هيدي مع "معجم العين" ويفصل لنا إنشاءه وابتداعه طريقة خاصة في أسلوبه المعتمد على منطق فلسفي صرف.

وبعد عرض سريع لظروف تأليف كل معجم مع صاحبه وطريقة تصنيفه وعرضه بعض المآخذ يتجه الأب انستاس ليجمل بعض الشوائب والعيوب المشتركة بين المعاجم وقواميس المرحلة السابقة:

1. صعوبة البحث عن الكلمة.
2. جهل اللغويين لأصول الأعجميات مثل الشطرنج الهندية الأصل.
3. كثرة التصحيقات في الكلام مثل الحال والخال والجال.
4. كثرة التصحيفات في التفسير.
5. تفسير الواضح بالغامض مثل المبرد اي السوفان بالفارسية.

أثرها وقيمتها: حاولت مجلة الثقافة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء والمثقفين رائدها اختيار الأفضل وعرض غزير للمادة وكادت تمثل تزاوج تراث بين الشرق ومدنية الغرب ونشر النشاط الثقافي.

وتوفر للمجلة لجنة غنية بأعضائها مادياً وفكرياً واجتماعياً وسلطوياً وهكذا تبدو قيمتها في ثبوتها الصدارة في عالم الصحافة الأدبية بشأن مثيلاتها من المجلات العربية التي ساهمت في إيقاظ الفكر العربي إذ تناولت شتى ضروب الإنتاج الفكري من أدب وعلم وفن وسياسة واجتماع فإذ بها تعرض لشتى الآراء والأبحاث لكبار الأعلام أمثال عبد الوهاب عزام محمود تيمور وطه حسين.

وأخيراً سارت المجلة على سنة النشوء ففي الطفولة رعاية وفي الشباب كفاح وازدهار وفي الرجولة مثابرة ومعاناة وأخذت في الانحدار اواخر 1952 بسبب

تراكم الديون وقيام الثورة المصرية كما يعزى توقفها أيضاً إلى كثرة المجلات في الوطن العربي وتنوعها.

نخلص إلى أن المجلة الأدبية تشكل عاملاً مهماً عن عوامل حركة الفكر كونها:

1. بيئة ثقافية متجددة يجد المتعلمون في المجلات المتخصصة من أدبية وفنية وعلمية فرصتهم للتحصيل والاستزادة.
2. بيئة فكرية وخلقية: فدورها المساهمة في بناء صرح الفكر الأدبي والإنساني من خلال الإبداع والاصطفاء في تهذيب الروح العلمية والأدبية.

❖ تطور الصحافة في مصر:

يعتبر الصحافيون النابهون أن الفكاهة من العناصر الهامة في تحريك القارئ أما عند العرب فكانت بداياتها مع يعقوب صنوع المصري سنة 1877 اقتباساً من الصحافة الفرنسية فدخل عالم الصحافة الهزلية ليهاجم الخديوي إسماعيل الذي لاحقه فهرب بحراً إلى فرنسا 1877.

يقول صنوع عن الصحافة الهزلية: "ليس الغرض منه مجرد الضحك بل معه الاشتمال على الحكم والمواعظ الحسنة وعلى وجه لا تمل منه النفوس"

وكان لتمييز صنوع معرفته عدة لغات أوروبية أعطته قوة الحضور وتألق الشخصية حتى أن الشيخين الأفغاني وعبده أشارا عليه بتنمية جريدته "أبو نظارة" تمثلاً بنظارتيه المشهورتين.

مجلة ابو نظارة 1877:

- الكاريكاتور فن السخرية التي تدخل السرور إلى القلب بشكل بالغ دون استئذان مع إضافة البسمة الظاهرة لتضحك من الواقع المحيط.
- فالكاريكاتور هو فن (اللا) الصريحة المتخفية تارة والساذجة طوراً إلا انه من نزق صدامي هزلي ساخر يقض مضاجع الحكام ويأخذ بيد المظلومين ناشداً لسان حال الحق والحقيقة في آن معاً.

1. تعريف الكاريكاتور في اللغة: هناك معلومات متفاوتة حول نشأة هذا الفن وتسميته وتعريفه فالبعض ينسبه إلى إيطاليا أو بريطانيا أو فرنسا أو هولندا حتى أن التسمية (كاريكاتور) يشوبها اضطراب في تفسير معناها من الناحية اللغوية فمن يقول أصلها لاتيني "كاريكار" Caricare أي حمل ما لا يطاق في حين يقابلها في الفرنسية المصطلح Caricature الذي اعتمدته الأكاديمية الفرنسية 1762 ويذهب البعض من اشتقاق التسمية من عائلة أنيبال كاراكشي الهولندية لبراعته في الرسوم الهزلية.

لذلك يؤلف هذا الفن بأنه عبارة عن رسم تصويري يراعى فيه التهويل بإبراز السمات الفاقعة الشاذة لإحداث أثر ضاحك.

2. الكاريكاتور في الاصطلاح:

تذكر أحدث موسوعة عربية أن الكاريكاتور في الاصطلاح هو من يشير إلى صورة رسم يبالغ في إظهار تحريف الملامح الطبيعية لشخص ما أو ظاهرة معينة حيث يتعمد الرسام إضفاء السخرية على موضوعاته سواء الخاصة أو العامة.

وأصبح يحتل منذ منتصف القرن الثامن عشر مكاناً بارزاً في الصحافة الغربية والشرقية وهو قيمة مجالسية في حد ذاته نراه يعرض التناقض بين ما هو قائم وبين ما هو مأمول.

فالرسم الكاريكاتوري يدين بالشيء الكثير لما في التراث الإنساني من مواد ومظاهر هزلية ساخرة يتمثلها من خلال الفن التشكيلي الحديث.

جريدة أبو نظارة لصنوع 1877:

تجدر الإشارة إلى إصدار صنوع ثلاث صحف بسيطة في محاولاته الصحفية المتخصصة الأولى وهي هزلية الطابع.

أ. البعوضة LA MOUSTIQUE
ب. النظارة باللغة الإيطالية LOCHIALINO
ج. الثرثار المصري LE BAVAR EGYPTIAN

بثماني لغات حية وهي ظاهرة فريدة من نوعها في عالم الصحافة إلا أن هذه النشرات الصحفية لم تعمر بدليل عدم العثور على أي منها وللاحقة الخديوي لتحركاته وعاشت مدرسته الهزلية معه واستمرت مع نظراته ومن أهم صحفه:

- أبو نظارة زرقا 1877 في القاهرة.
- أبو نضارة 1885 في باريس.

(1) جريدة أبو نظارة زرقاء 1877 القاهرة:

أصدرها يعقوب صنوع في القاهرة باللغة العربية بأربع صفحات.

- هويتها: إذ يقول: لا نتعرض في هذه الفكاهة لا للديانة ولا للسياسة الوطنية ففي الافتتاحية يتحدث عن نفسه ومجتمعه المصري وقصده من جد لبس لباس الهزل وأسف تحلى بحلى الفكاهة والغزل، وتتطور مسيرة الصحيفة رويداً وتكشف عن عدائها الساخر للخديوي عبر محاورات وهكذا تجاوز صنوع حدود الخطر ولم يتورع عن مهاجمة الوزراء والأمراء حتى أنه لم يوفرا أفراد الأسرة الحاكمة.

واضطر آخر الأمر للجوء إلى القنصلية الإيطالية ومنها غادر مصر 22 حزيران 1878 على ظهر باخرة فرنسية زاعماً أن الجماهير على رصيف الميناء كانت تناشده "لا تتركنا بين مخالب شيخ الحارة" أي الخديوي إسماعيل.

لغة الجريدة: تميزت بلغة محاوراتها وفكاهاتها وهي اللغة العامية الدارجة المصرية وتضمن هذا الأسلوب:

1. عدة لهجات.
2. عدة لغات.

هكذا تمكن صنوع من عرض النكتة وجعل في خدمته اللهجة العامية ونجح أيما نجاح كونه يتقن ثماني لغات حية ترسلها في تعريب ما يناسبه من صحف الغرب الفكاهية.

صحف أبو نظارة في باريس:

عمل كمدرس للغة العربية في باريس ليتدبر أمر معيشته.

(2) جريدة أبو نظارة، مصر للمصريين 1885:

إن تواصل صدور حلقة جرائده في باريس تحت أسماء مختلفة وبنفس المضمون والشكل لدليل على استقراره المادي والاجتماعي في فرنسا.

والجدير فيها شكلاً وروعة ومنظراً هذه الصور الممتعة الملونة عدة ألوان 1887 وهي تنافس ما نراه اليوم، صدورها مرة في الشهر ثم مرتين 1890.

نشرت موادها باللغة العربية والفرنسية وأحياناً مع اللغة التركية وخصص لمراجع الساعة قضية السودان وإسماعيل والإنكليز أما جديدة فكان ذكره لسيرة حياته خوفاً من أن ينساه مواطنوه.

ونوجز تمثلت الملامح الفنية لدى صنوع بما يلي:

1. تمثلت الملامح الفنية عبر نصوص شبه مسرحية دعاها "اللعبات التياترية"
2. نشر الرسومات الكاريكاتورية بالمجلة في جميع أعداد صحفه بلا استثناء بمثابة لوحات تشكيلية ساخرة.
3. اعتماده المبالغة في النموذج الفني الكاريكاتوري.
4. لجوءه إلى الحوار المباشر باللهجة العامية الدارجة.

لهذا يصرح: "الجرائد ترجمات الأفكار وحدائق الأخبار خصوصاً الجرايد الهزلية اللي بالبدايع محلية وبالنكات مطلية.

خلاصة عن تطور الصحافة المصرية:

- واكبت الصحافة المصرية منذ وقائعها الرسمية 1828 لاسيما مع الإنكليز بحدود معينة.
- خضعت مصر للحماية البريطانية بعد الحرب العالمية الأولى فاحتج الشعب مطالباً بالحرية.
- نفى الإنكليز سعد زغلول إلى مالطا 1919.
- اقفلت الرقابة معظم الصحافة المصرية المناوئة ولم تبق سوى الأهرام والمقطم.
- استبدال الدستور بتنظيمات أخرى لم تنجح فأعيد العمل بالدستور ليعلق سنة 1953.
- لم تزل الصحف المصرية تناصر التحرر العربي عموماً.
- عانت الصحف المصرية من تعنت الأجهزة العسكرية.
- فرق قانون المطبوعات بين جريمة الصحافي والمواطن العادي. بإحالة الصحافي إلى محاكم الجنايات بمثابة إرهاب الدولة للصحافيين.
- باركت الصحافة قيام الثورة 1952 إلا ان تجاوز بعضها حدود حرياتها حملت السلطة على الاستيلاء على ممتلكاتها.

- جرت محاولات متكررة لوضع قانون خاص للصحافة لكنها باءت بالفشل.
- ظلت الصحف العاملة تمتثل لتوجهات الاتحاد الاشتراكي حتى غدت الأهرام والأخبار لسان حال الثورة والنظام العسكري.
- في عام 1960 صادرت الدولة كبريات الصحف وأممتها.
- ظهر تشدد صارم جداً إلى حد استحالة الحصول على امتياز لدورية سياسية.
- استندت فلسفة النظام بوجه الصحافة على "ملكية الشعب لوسائل الإعلام"
- أما من الناحية الفنية: تطورت في مصر بعد الحرب الأولى بشكل ملحوظ واحتراف مهني بفضل تأسيس معهد الصحافة والإعلام منذ الأربعينات.
- بلغ عدد الدوريات 160 صحيفة ومجلة قبل الحرب الأولى وبعد الحرب إلى 50 دورية.
- قلة الصحف الصادرة باللغة الأجنبية.
- ما زال عدد الصحف في تناقص.

المطلب الثاني: تطور الصحافة اللبنانية:

أولاً: الصحافة الرسمية:

أسفرت فتن 1860 عن قيام نظام المتصرفية مما حمل المتصرفين على الاهتمام بموضوع الصحافة عامة والصحافة الرسمية خاصة فإن إصدار جريدة رسمية في أي عهد سياسي يعود للضرورات التي يقتضيها الواقع الرسمي لتنطق بلسان الحكومة الموجودة لتخدم أغراضها كون الحاكم المولج شؤون البلاد بحاجة إلى جريدة رسمية تنشر نصوص أنظمته التشريعية الرسمية على أفراد الشعب.

1. تعريف الجريدة: جرد الشيء أي قشره والجريدة في الاصطلاح هي لفظة أول من ابتدع اعتمادها في الصحافة العلامة أحمد فارس الشدياق بإطلاقه "جريدة الجوائب" على صحيفته 1860. الجريدة الرسمية "بيروت" 1918
2. سبب ظهورها:

بعد سقوط سوريا في يد الملك فيصل وانهيار السلطة العثمانية في بيروت حيث استلم مقاليدها عمر الداعوق الذي أعلن الحكومة العربية فيها ورفع الأعلام الشريفية على المباني العامة ورافق ذلك "صدور الجريدة الرسمية بيروت 1918" متضمنة بيانات وأوامر.

3. وصف الجريدة تصدر يومياً ما عدا الجمعة والأحد وباللغة العربية فقط وجاءت على صفحتين اثنتين بحجم 36x24سم.
4. فهرس الجريدة خلت من أي فهرس يذكر.

الصفحة الأولى: بيان عمومي بتأسيس الحكومة العربية.

الصفحة الثانية: البرقيات الأخيرة إلى رئيس البلدية – إعلانات رسمية – إعلانات خصوصية.

5. لغة الجريدة: اعتماد اللغة العربية الفصحى في تحرير الأخبار والمقالات والتقارير.

أما من ناحية الشكل العام فإن أسلوب البيان المذكور ورد بصيغة الأمر الجازم والمحدود قطعاً نظراً لمتطلبات المرحلة الانتقالية.

وبكلمة نجد جريدة بيروت الرسمية وقد سيطرت عليها النفحة الأدبية أسلوباً ومضموناً.

6. تطورها: لم يتسنى لنا الوقوف على مجموعات متكاملة من "بيروت" الجريدة الرسمية لكن المرجح أن الانتداب على سوريا ولبنان حال دون كل التيارات العروبية.
7. قيمتها: تكمن قيمتها في عدة نقاط:

- الأول: كونها المحاولة الأولى الرائدة على الصعيد الرسمي.

- الثانية: إنها تقدم مواد إخبارية وسياسية ودقيقة موثوقة مع بدايات الحكم العربي في بيروت.
- الثالثة: إنها الجريدة البكر التي تجاوزها الباحثون دون التمعن فيها.

الجريدة الرسمية للجمهورية اللبنانية 1943:

1. سبب ظهورها: تعتبر الصحيفة السابعة عشر في سلسلة الجرائد الرسمية التي تزامن صدورها مع موافقة المجلس النيابي بجلسته التاريخية 8 تشرين 1943 لجهة إلغاء قانون الانتداب الفرنسي.
2. وصف الجريدة: قد تكون من الصعوبة أن تقع على هذا العدد لعدة عوامل أحاطت بصدوره لناحية السرية والسرعة ولماهيته وقيمته مضموناً واعتباره أهم وثيقة وطنية دستورية تجسد رغبة الشعب اللبناني في الاستقلال جاء عدد 10 تشرين الثاني في 17 صفحة بالحجم الصغير وتضمن قسمين القسم الرسمي وقسم الإعلانات والأحكام القضائية.
3. الأربعاء 10 تشرين الثاني سنة 1943 العدد 4106 تأسست 1860 صفحة 11500.
4. هويتها: الجريدة الرسمية للجمهورية اللبنانية.
5. فهرس العدد: شغل النصف الأسفل لصفحة الغلاف.
6. محرروها: ظلت الهيئة الإدارية التي تتولى إصدار الجريدة الرسمية في السراي الكبير.
7. لغة الجريدة: نصت المادة الثانية من الدستور اللبناني حرفياً "اللغة العربية هي اللغة الوطنية الرسمية" أما اللغة الفرنسية فتستعمل بموجب قانون.
8. تطور الجريدة: ألحقت الجريدة الرسمية منذ مطلع الاستقلال في الخمسينات بوزارة العدلية.

إلا أن السلطة عادت وألحقتها منذ الستينات برئاسة مجلس الوزراء.

مع حركة الإصلاح في عهد الرئيس فؤاد شهاب أخذت تصدر مرتين في الأسبوع يومي الاثنين والخميس على التوالي دونما انقطاع لأدوار انعقاد جلساء المجلس النيابي اللبناني.

أما الجريدة نفسها فتناقص ظهورها إلى مرة واحدة في الأسبوع في كل يوم خميس فقط وخفض عدد نسخها من 4500 إلى 2500 نسخة وغدا اشتراكها اليوم 240 الف ليرة وسعر العدد 5 آلاف ليرة والطريف في الأمر أن القوانين والمراسيم والقرارات مرتبطة بمهلة زمنية لتصبح سارية المفعول حسب منطوق المرسوم الاشتراعي رقم 9 سنة 1939 لكن مع الظروف الاستثنائية فقد أصبح مفعول نفاذ كافة التشريعات الصادرة عن الجهات الرسمية مرتبطاً بلحظة توقيعها من مصادرها وتعليقها لصقاً على باب رئاسة مجلس الوزراء أو القصر الجمهوري.

ملاحظة: إن بحث الصحافة الرسمية يقدم لنا معلومات قيمة عن جانب من ماضينا القانوني والاجتماعي والثقافي وإن الصحافة الرسمية وغير الرسمية كانت تفتقران إلى عناصر الدقة والأمانة أحياناً ما خلا الأخطاء اللغوية والأسلوبية كما قدمت لنا صورة عن أوضاعنا السياسية والاقتصادية طوال فترة صدورها في العهد العثماني وخلال الانتداب الفرنسي وتظهر مدى تشبث اللبنانيين بلغتهم الصرفية.

- **الصحافة الأدبية:**

تميزت الصحافة العربية منذ نشأتها وحتى الحرب العالمية الأولى بسمة الأدب الصرف فهي صحافة أدبية في جوهرها فمعظم صحفي الفترة الأولى يأتون عن طريق الأدب.

- مرت الصحافة الأدبية في العالم العربي بأطوار عديدة أهمها فترة الربع الثاني من القرن العشرين حين عرفت المجلات الأدبية في كل من مصر

ولبنان وسوريا والعراق عهداً زاهراً بلغت فيه الذروة من الإنتاج الفكري حتى رأينا مجلات أدبية ثقافية جامعة كالبلاغ الأسبوعي 1926 لعبد القادر حمزة – والثقافة 1939 لأحمد امين والكاتب 1944 طه حسين والعرفان سنة 1909 لأحمد عرف الزين والمعرض الأسبوعي سنة 1929 لميشال زكور.

وقد قامت هذه المجلات بدورها في خلق نهضة ثقافية جبارة عمت العالم العربي بأسره.

ثانياً: مجلة العرفان 1909:

تأسيسها: أسسها الشيخ علي الزين بعد حصوله على امتياز من الدولة العثمانية ثم أصدرها الشيخ احمد عارف الزين 5 شباط 1909 في مدينة صيدا "مجلة علمية أدبية أخلاقية اجتماعية تصدر في غرة كل شهر عربي".

- هدف المجلة: لتنوير الأذهان ونشر الثقافة والآداب وبفضل مؤازرة أهل الفكر لمؤسسها أبصرت العرفان النور لتزيل ظلمات الجهل عن جبل عامل حيث امتلأت الجدران بعبارة "هيا إلى العلم"...
- أسرتها: تولى تحريرها ثلاثة أعلام (الشيخ الزين – الشيخ محمد علي حامد حشيشو 1918) وسليمان مصوبع ومع ازدياد قراءها ازدادت أسرتها.
- موضوعاتها: تنحصر في أربع: علم – ادب – أخلاق – اجتماع.
- موقف العرفان من اللغة العربية: انطلاقاً من عروبة المجلة ووطنية الشيخ الزين قادت مجلته حملة إعلامية بمبادرة ذاتية لنصرة اللغة العربية واقتراح اعتماد الفصحى وتحسينها – فخصصت المجلة ردوداً متواصلة للرد على المنادين باعتماد العامية بدلاً من الفصحى ومحاربة دعوة التعريب كما تابعت المجلة رسالتها في الذود عن اللغة العربية بتصديها للجهات المستترة وراء أشخاص بعينهم أو مؤسسات عامة فاعلة على الصعيد التربوي زعمت أن غايتها "تيسير اللغة".

وهكذا بفضل الوعي الثقافي والمحافظة على مستوى اللغة العربية فقد صرف النظر عن منهج بلاغة عقل.

أثرها وقيمتها: صادفت مجلة العرفان منذ تأسيسها مشقة بالغة في بيئة يخيم عليها الجهل والأمية فرفعت شعار "هيا إلى العلم". وجهدت في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء والمثقفين رائدها اختيار الأفضل وعرض غزير المادة فانتشرت في بلاد الشام والعراق ثم تناولها المهاجرون في أفريقيا والأميركيتين ووزعت مطبوعات مجانية.

والملاحظ أن خطها الدولي الذي نهجته أدباً وثقافة واجتماعاً وسياسة أثار حفيظة البعض فدافعت حتى غدت مرهوبة الجانب وأقيم لها احتفال اليوبيل الذهبي 1952 وهكذا تتجلى قيمة مجلة العرفان في استمرار جهادها طوال ثلاث أرباع القرن.

وبكلمة فمجلة العرفان مجلة نهضوية مستقبلية وليست سلفية متزمتة وهكذا تركت بصماتها على الحياة الفكرية عامة والأدبية خاصة في الوطن العربي وأخيراً انتقلت ملكيتها إلى الابن نزار احمد الزين 1961 لكن وقوع الأحداث اللبنانية 1975 أثر كثيراً على المجلة ولهجرة الأدمغة.

ومع وفاة نزار في الثمانينات تخلفت عن الركب إلا أن ذلك لم يفت من عضدها فأعاد إليها فؤاد الزين الحفيد رونقها ولم تزل.

بيئة فكرية وخلقية: إن دور المجلات الأدبية بناء صرح الفكر الأدبي والإنساني من خلال الإبداع والاصطفاء وقد ظلت المجلات الأدبية في لبنان أمينة على هذا التراث تراث الحرية والانفتاح والأصالة ولا تزال تناضل من أجل أن تبقى حرة مستقلة.

- **صحافة الكاريكاتور:**

بدأ فن الصحافة الهزلية ضعيفاً في المشرق مادة وتحريراً وكماً إلى أن أخذ يتطور تدريجياً في مصر ولبنان بحيث خلقت الصحافة الهزلية الكاريكاتورية لوناً جديداً في أساليب الهجاء والنقد والسخرية لارتباطه بنفوس الجماهير باللهجات العامية والفكاهة والصورة المضحكة.

- تأسس في لبنان بعد الانتداب 25 صحيفة مختلفة منها 23 هزلية كاريكاتورية قلما عمر بعضها لسنة واحدة على حين استمرت "مجلة الدبور" حتى يومنا.
- كذلك في الاستقلال تأسست 6 مجلات كاريكاتورية لم يبق منها سوى واحدة "الصياد" تنتج الكاريكاتور السياسي.

سيرة الدبور: رحلة في عالم الكاريكاتور

تأسيس الدبور: حصل يوسف مكرزل على امتياز إصدار الدبور باسمه شخصياً بمثابة أول جريدة كاريكاتورية انتقادية.

- صدر العدد الأول 1923 هدفها التنبيه على مواضع الخلل والنهوض بالوطن وجاء في افتتاحيتها "أصدرنا هذه الجريدة وطنية غايتها الإدلال على النقص والتنبيه إلى الجد وهي لا تتأخر عن أعمال المبضع حيث ترى الدمل ولا يعجب القارئ إذ يرى تحت ثوب الهزل طنيناً منبهاً كطنين الدبور ولسعاً كلسعته فمن أراد أن يتحايده فليسلك المسلك المحمود.
- ثم ذهب مكرزل لاحقاً بتأسيسه "الدبور اليومي" 1935 لحمل نفس الرسالة لكنها ما لبثت أن توقفت بعد الحرب الثانية لتبقى الدبور الأسبوعية.

الدبور في مرحلة الانتداب: تزامن صدور الدبور في مرحلة سياسية مفصلية من تاريخ لبنان الحديث مع الإعداد لدستور وطني انتدابي فواكبت التطورات والمتغيرات من زاوية التنبه للخطأ.

1) الدبور والسياسة:

أ. الدبور ومجلس النواب

تصف الدبور وضع مجلس النواب في مرحلة الإعداد لمشروع الدستور 1925 بأسلوبها في النقد النثري:

"رن مجلس النواب للفصاحة والخطابة يدخل بالمواضيع من الشباك مش من الباب ويتلهى بالقشور ويترك اللباب"، ويبعزق من دون حساب على ضهر الجناب، ودولة لبنان الكبير رح تكبر وتصير لبنان صغير مثل أيام المير بشير" ثم تتابع منبهة "أصبحت جوانح الدبور كبيرة وعقوصته حامية لخدمة الوطن"... وسيعقص كل خاين وقرص كل متاجر بالوطنية لنوصل لاستقلال البلاد" لذلك تنبهوا يا سادة من عقوصة الدبور وزنبوره...

ويعتمد اللهجة العامية المطعمة بالفصحى.

ب. الدبور وقطار السلطة: فأوردت الدبور رسماً كاريكاتورياً لقطار السلطة رقم 2 عام 1931 عهد إميل إده في بيت شعر ركب ركباً ركبوا قبض قبضاً قبضوا.

وينتقد فكرة قبول بعض الصحف لرشوة السلطة.

2) الدبور والإدارة: رغم جهود الفرنسيين لتطوير الإدارة ظلت مقولة "تنابلة السلطان" معشعشة في نفوس الموظفين ومكاتبهم.

أ. الدبور والإداريون: ترفع الدبور صوتها "بالنقد الفكري إلى حد لسع الإدارة الانتدابية في منهجية "إشاعاتها" التحديثية بترويجها لمستحدثات غربية فتذكر المجلة: "أما المستشارون فلا يحكمون وكأنهم هامان وفرعون، ويضربون على أوتار القانون كل ذلك على شرب الويسكي والأفيون ونغم الغرامافون وحالتنا معهم فون فون، وما متعلم إذا جبت لهم فرساي والبانتيون".

وهذا ما يجسد حالة المسؤولين السكارى متجاوزين القانون.

ب. الدبور ومحدلة السلطة: تزامن الموضوع مع إنشاء مكتب لمراقبة الصحافة والمطبوعات في نهاية 1922 اي مع تأسيس الدبور فتنشر المجلة رسماً كاريكاتورياً "المحدلة السلطة" الضخمة تسير وتقضي على بعض الموظفين لتتخلص منهم بينما يفر الآخرون.

وهكذا حملت الصحافة الهزلية رسالتها الإصلاحية الملتزمة في الانتداب خلال الكلمة والنص والرسم والصورة.

أولهما: على صعيد الإصلاح السياسي والإداري والاجتماعي بمعارضتها وجود الانتداب الفرنسي ومناوأتها لزبانيته ومواليه.

ثانيهما: على صعيد الرسم والصورة فقد تطور نسبياً عما كان عليه في العهد العثماني وانتشر الرسم والتصوير على طريقة الزنكوغراف بداية الأمر ثم تطور في "توليفه ودمجه" مع الفوتوغرافيا تدريجياً.

الدبور في مرحلة الاستقلال:

يقول النقيب طه: "إن صحافة لبنان هي مرآة المواطن"

1) الدبور والسياسة:

أ. الدبور ومجلس النواب

جرت العادة التئام مجلس النواب في دورات عقود استثنائية لدراسة وبت أمور ملحة تهم المواطنين فتنعقد الدبور إحداها في صيف 1956 غير المجدية.

"فكانت لنا دورة أطول من شهر الجوع أو من حبل الكذب فماذا استفادت البلاد من هذه الدورة كله واحد!!

فما الفائدة من اجتماع المجلس أو عدمه؛ فماذا عملوا أو قرروا ونلاحظ كثرة علامات التعجب والاستفهام في النص الانتقادي.

ب. الدبور والحقوق السياسية للمرأة جهدت المرأة اللبنانية في الحصول على حقوقها السياسية التي روجت لها سلطة الانتداب لكنها لم تقرها فشكلت الظاهرة موضوعاً دسماً للدبور فنشرت رسماً كاريكاتورياً ساخراً بريشة ديران 1948 يجسد تظاهرة نسائية صاخبة تلحق بالرئيس سامي الصلح في مشهدية ديناميكة صارخة وقد أطلق ساقيه للريح هرباً من المطاردة والعويل وقاذورات الماكياج من مختلف الأصناف والأحجام والماركات مع عنوان "عندما وقف سامي بك الصلح في وجه المرأة يعارضها".

2) الدبور والإدارة والاقتصاد:

فمع إقرار قانون من أين لك هذا سنة 1953 بسبب كثرة الصفقات فكان على خلاف الدبور "رسماً كاريكاتورياً هزلياً ساخراً لغني ذي كرش ضخم جداً يحاوره مواطن فقير بائس مشيراً متسائلاً بلهجة ساخرة من أين لك هذا؟ بصيغة تجاهل العارف...

أ. الدبور واحتكار الاقتصاد

تعمدت الدبور عرض مظاهر الاقتصاد "المختلة" في نظام قائم على الاحتكارات السياسية والعشائرية فتنشر الدبور على كامل غلافها "رسماً كاريكاتورياً يحتل احتكار شركات الريجي والمرفأ والإقطاع المتمترسين وراء حصانه السلطة والنظام حيث نشاهد" الرئيس الباقي يتهيأ خلف مدفع 155 لقصف قلاع الاحتكار ويقف أبو طنوس مشيراً عليه بإطلاق قذائف لتهديم احتكار الاقتصاد".

- أبو طنوس – يالله يا بيك بلش انسفهم بالمدفع.
- الرئيس الباقي – طول بالك يا بو طنوس عم أعمل بروفة تانصيب منيح!
- ونورد دعابة طريفة في الدبور عن حقوق العمال تجاه الغلاء حيث تظهر سيدة في مقدمة مظاهرة عمالية تحمل يافطة عن حقوقها المتمثلة في "وعدونا بالحرير – وصلونا للتعتير – ولعونا بالبنزين ركبونا على الحمير مش رح نسكت يا كبير.

خلاصة عامة:

ازدادت مساحة حرية الصحافة في الاستقلال وغدت مشهدية الكاريكاتور اكثر حرية وتنوعاً بل اكثر من لغة ومدرسة وفن ولون كما احتلت الشخصية النمطية قدراً هاماً في الرسوم الكاريكاتورية، وبدا احتراف الكاريكاتور رائجاً بل ذاع صيت عديدين منهم المهم أن يعيش الكاريكاتور – ويعايش هم الإنسان اللبناني والعربي العادي في تعرية قضايا مجتمعه.

المبحث الثالث

الصحافة العربية المهاجرة حديثاً

أولاً: الصحافة المصرية المهاجرة حديثاً

إنها بهدف الخلوص إلى نتيجة منطقية للتفلت من عقال الصحافة الأم المحلية بحثاً عن رسالة للحرية أوسع تمارس معارضتها باطمئنان في وجه أنظمة أقطارها.

بدايات هجرة الصحافة المصرية مع أديب اسحق المتمصر فأسس جريدة "مصر القاهرة" بدعم من الحزب الوطني الأهلي المعارض لسياسة رياض باشا رئيس الوزراء المصري في هذا الجو حضر اسحق إلى باريس ليصدر صحيفة مصر القاهرة 1879 وهي أول جريدة مصرية مهاجرة وجهد اسحق في تهريب صحيفته إلى داخل القطر المصري حيث كانت السلطة بالمرصاد ثم توقفت الجريدة في 1881 حيث أسس اسحق "التجارة" في بيروت.

- ومن أهم الصحافيين المهاجرين الشيخ محمد عبده 1884 حيث رحلة الإنكليز مع الأفغاني فاستقرا في باريس حيث أصدرا "العروة" 1884 ثم توقفت بعد ستة أشهر.

والسبب في رعاية باريس للمجلة يستبطن أهدافاً سياسياً للهجوم على الإنكليز.

الصحافة المهاجرة على عهد عبد الناصر:

مع استقرار الوضع السياسي في مصر عند صدور دستور 1923 توقفت الهجرة للصحافيين إلى الخارج حتى ثورة 1952 لكفالة الدستور حرية الصحافة لكن أزمة الصحافة 1954 بإغلاق السلطة للصحف المعارضة ومصادرتها عاودت الصحف سيرتها الأولى في المهاجرة ومن أشهر الصحفيين.

- في الخمسينات نذكر أحمد ومحمد أبو الفتوح أصحاب جريدة المصري متنقلين بين الدول العربية.
- أما في الستينات فنذكر علي أمين أحد صاحبي "أخبار اليوم" الذي عمل مراسلاً للأهرام في لندن 1965 وحضر إلى بيروت لتطوير إصدارات دار الصياد في الأنوار رغم مخالفته هيكل للفكرة وظل علي ابنه مهاجراً تسع سنوات أخيراً عفا عنه الرئيس أنور السادات وعين رئيس تحرير الأهرام بعد إقالة هيكل 1974

هجرة الصحافة في عهد السادات:

حسم الصراع السياسي في السبعينات لصالح السادات مما حمل بعض الصحافيين على الهجرة إلى عدد من الدول العربية أو الأوروبية فإلى ليبيا ارتحل أحمد وحبيب والجبرتي وسرحان وغيرهم وإلى العراق ذهب صالح والتائه والسيد ومبارك وغيرهم.

أما باريس فهاجر إليها – العالم وشكري وإسكندر بينما ارتحل محمد السعداني إليها ليؤسس صحيفة 23 يوليو شاركه فرج والشرقاوي.

صحيفة 23 يوليو 1979 في لندن:

أسفرت أحداث مراكز القوى عن اعتقال محمود السعداني وسجنه ثم هاجر ليؤسس صحيفة 23 يوليو 1979 وهي مجلة مصرية تصدر بلندن لمصر

والعالم العربي وشكلها تقتبس عن روز اليوسف وصباح الخير وقد صدرت في 64 صفحة من الحجم الوسط ومجلس إدارتها فيضم محمود السعداني ونور السيد ومحمد محفوظ وغلافها يزينه الكاريكاتور باستمرار الليثي أو البهجوري.

تبويبها: ترتيب موادها كروز وصباح – صفحتها الثانية ترويسة وصورة كبيرة مع تعليق صغير – أما الثالثة لتحقيق صحفي لرئيس المجلة قضية هامة وكذلك باب إخباري بعنوان أسرار حول مصر وآخر داخل الحدود.

محرروها وجمهورها: وجمهورها: فضلاً عن مؤسسيها السعدني والسيد ومحفظ اشترك في تحريرها فريد فرح وفتحي خليل وبكر الشرقاوي وعبد الحكيم قاسم وجمال إسماعيل ومحمد محفوظ فضلاً عن رسامي الكاريكاتور صلاح الليثي وجروج بهجوري.

- تشير 23 يوليو إلى أنها من المصريين المهاجرين وداخلها لتسمع صوتنا لشعب مصر عن الحقائق والرأي الآخر. ختاماً وقد توقفت المجلة بعد صدور 45 عدداً الأسباب عديدة:
- عدم تمويلها من قبل شيخ خليجي مناوئ للسادات بعد حين
- لم تؤمن لنفسها مصادر إعلانية أو مساهمات.

ومن الصحف المصرية المهجرية تذكر صحيفة الدعوة عن المركز الثقافي الإسلامي في النمسا 1981.

ثانياً: هجرة الصحافة اللبنانية حديثاً:

عرفت الصحافة العربية المهاجرة مع رزق الله حسون الحلبي سنة 1855 حين ارتحل إلى الأستانة ليؤسس فيها أول جريدة عربية "مرآة الأحوال" 1855 إلا ان الاضطراب السياسي والأمني عام 1860 أدى إلى هجرة صحافتنا حتى أن عبد الحميد الثاني استجلب أنطوان زريق من نيويورك صاحب "جواب الكردي الهزلية

ليعدمه وقال عند تنحيته عن العرش 1908: لو عدت إلى قصر يلدز سأرمي بالصحافيين في أتون النار"

وهكذا كان هاجس الحرية هو السبب في هجرة الصحافيين في العهد العثماني إلى فرنسا وتتكرر نفس الظروف سنة 1973 لتعاود الصحافة اللبنانية سيرتها المهاجرة إلى باريس.

- وتعزى الحرب اللبنانية إلى:

1. أسباب سياسية تتعلق بتجاوز "الدستور العرفي" سنة 1943 وتمايز طائفة الرئاسة أشعر البعض بالغنى فكان اغتيال معروف سعد وتفجير بوسطة عين الرمانة ودخول قوات الردع العربية 1976 ومعاودة ظهور ميلشيات معينة أن استهدفت مؤسسات صحفية عريقة كالنهار والسفير والمحرر والدستور بالابتزاز أو التفجير مما حملها على الهجرة إلى أوروبا حيث الحرية أرحب والسلطة لم تكبح جناح بعض الصحف في تطرفها والزعم بأن الصحافة تشحن الرأي العام طائفياً فضلاً عن انتفاء الحس الوطني فكانت الصحافة أولى ضحايا الحرب العبثية المسماة حرب الغرباء تبقى الإشارة إلى أن المرسوم الاشتراعي رقم 1 تاريخ 1977/1/1 ينص "الرقابة المسبقة" على مواد المطبوعات وهذا أمر مرفوض مهنياً وحقوقياً ودستورياً.

- هجرة الصحافة اللبنانية حديثاً:

1. الهجرة إلى باريس:

أ. مجلة الوطن العربي: أسسها وليد أبو ظهر سنة 1977 على أنها مجلة إخبارية أسبوعين تصدر عن "مؤسسة الوطن العربي" في باريس وتعتبر وريثة جريدة المحرر لهشام أبو ظهر 1971 في بيروت سابقاً وقد اضطر وليد

للهجرة إلى فرنسا لأسباب أمنية لاسيما بعد قصف مبنى المحرر بالصواريخ والرشاشات في نيسان 1973.

هيئة المجلة وإدارتها: هيئة التحرير بداية: المشرف العالم وليد أبو ظهر، مدير التحرير المفوض نبيل مغربي، المدير الفني فؤاد خريوطلي إلى أن تولى أبو ظهر رئاسة التحرير 1985 وطورت طاقمها التحريري المهني والإداري مع جريدة الأهرام لتبادل المعلومات ثم ألغي ليستبدل باتفاق جديد مع أهم الصحف الأميركية "نيوزويك".

تبويبها: التزمت أسلوب التبويب الصحفي المتخصص كما في الصحافة العربية بحيث ضم الغلاف صورة الحدث الأهم لأبرز أحداث الأسبوع ثم في تقديم موادها الإخبارية تنطلق مع وكالات الأنباء العربية مشرق ومغرب ثم المقالات والتحقيقات والاقتصاد والثقافة والفنون والتراث والكلمات المتقاطعة والأبراج والسينما.

محرروها: عمدت إلى استكتاب كبار أهل الفكر والسياسة والصحافة والأنباء مشرقاً ومغرباً مثال السيدة جيهان السادات بمقالها السياسي الدوري وشفيق الحوت واسكندر غالي ومحمود درويش وغادة السمان والمرحوم نزار قباني كما اهتمت بنشر مذكرات لكبار السياسيين والقادة العرب "مذكرات عبد الناصر" وبخط يده والشاذلي بطل العبور 1973 وفهمي نائب رئيس الوزراء المصري 1978 لمعارضته زيارة القدس للسادات ومذكرات جنبلاط ومقابلات شخصية من عدة رؤساء لابن بيلا وياسر عرفات وولي العهد عبدالله.

سياسة المجلة: المجلة ليست حزباً ولا تطمح إلى أن تكون نشرة حزبية وبالتالي تحرص على تقاليد الصحافة وأخلاقياتها في نقل الحوادث كما هي وأنها ليست حكراً على اتجاه فكري أو سياسي معين بحيث أفسح المجال الرأي لمختلف اجتهادات الفكر العربي المعاصر بأقلام كتاب مختلف الانتماءات السياسة والنضالية وتحدد موقفها من الأنظمة العربية بشكل عام فتؤكد "أننا في الوطن

العربي لا نعتبر انفسنا في خصومة مع أحد شخصياً رئيس أو حاكم او نظام وكل ما نريده أن تكون لنا ولأي مواطن عربي عادي الحرية من أن يقول مؤيداً أو معارضاً دون خوف أو تردد.

رسالة الصحافة المهاجرة:

وفي وطن تغيب عن معظمه الحريات والمؤسسات الدستورية والتشريعية والنقابية الحقيقية المنبثقة عن إرادة الشعب تصبح الصحافة المهاجرة رسالة تؤديها نيابة عن الصوت المكتوم هناك بإرادة القهر والتخويف والترويع.

ب. المستقبل: أسسها نبيل خوري ت 2003 وسنة 1977 صدرت عن الشركة العربية الفرنسية للنشر والطباعة.

هويتها: يبدو أنها استمرار لنظيرتها الفرنسية سابقاً في باريس 1919 وقد جاءت بحجم التايمز والنيوزويك الأميركيتين.

هيئتها وإدارتها: نبيل خوري رئيساً ومديراً مسؤولاً شكري نصرالله للتحرير وعصمت شبنور وسيسل السالك وسامي صفير من الصحافيين اللبنانيين المهاجرين.

تبويبها: تشبه مجلتي التايمز والنيوزويك وتستخدم مبدأ المدرسة الأميركية وبالتالي توزع المواد التحريرية بمواصفات "الوطن العربي"،

محرروها: فضلاً عن هيئتها الدائمة أحمد بهاء المصري عن مصر ظل محايداً كما نذكر فؤاد مطر – رياض نجيب الدين – سمير عطاالله – كوليت خوري – ناصيف مجدلاني.

سياسة المجلة: لخص نبيل خوري سياسة المستقبل الاهتمام بالقضية الفلسطينية ووحدة أرض لبنان واستقلاله والتضامن العربي فالصحافة المهاجرة

ونحن منها هرباً من الرقابة والضغط تتعرض لأكثر من محنة أقلها منعها دخول أكثر من بلد عربي....

ج. النهار العربي والدول 1979: صدر العدد الأول منها في باريس 28 تشرين الثاني 1979 وتعتبر امتداداً لنظيرتها السابقة في بيروت.

د. كل العرب 1982: وسمت نفسها بمجلة الحدث والصورة عند تأسيسها.

2. هجرة الصحافة إلى لندن:

اختارت بعض الصحف اللبنانية لندن معقلاً لهجرتها بسبب مساحة الحرية المتوفرة هناك ولكون ثقافة أصحابها تعتمد الإنكليزية أساساً وهكذا ارتحلت "الحوادث والدستور الى عاصمة الضباب لندن.

أ. الدستور أسسها علي بلوط 1974 وأصدرها في لندن وسياستها آنذاك تدعم النظام العراقي.

ب. الحوادث: هاجر بها سليم اللوزي سنة 1978 إلى لندن هرباً من الحرب التي استجلبته مجدداً لتغتاله من قبل مليشيات مرتزقة.

ثالثاً: الصحافة السعودية المهاجرة:

تميزت هجرة الصحافة السعودية بداية الأمر بكونها محدودة وبينية عربية إلى مصر تحديداً.

1) الصحافة المهاجرة الأولى:

أ. جريدة الحرم 1920: أصدرها فؤاد شاكر في القاهرة 1930 وجاءت أسبوعية وإشارة هويتها إلى أنها أدبية اجتماعية مصورة، وسبب إصدارها لكي تنطق باسم السعودية وتتحدث عن سياسة الحكومة في مصر ومنها إلى البلاد العربية ثم توقفت مطلع 1934.

ب. مجلة صرخة العرب 1955: للكاتب احمد عبيد وتشير هويتها إلى كونها "مجلة سياسية جامعة" تصدر شهرياً وتولى تحريرها المصري إسماعيل الحيروك أما سياستها فجاءت عربية إسلامية تعنى بخدمة القضايا العربية وكان الغرض أيضاً إسماع صوت الحكومة السعودية في الخارج عبر مصر لكنها توقفت بعد سنة من صدورها.

2) الصحافة المهاجرة حديثاً:

أ. صحيفة الشرق الأوسط 1978: صدرت في لندن لأسباب خاصة بالعمل وليس افتقادها الحرية في السعودية وتهتم بإبراز شؤون العالم العربي وأخباره والتركيز على أخبار المملكة السعودية والخليج مع اعتمادها منهج الاعتدال.

- محرروها: جهاد الخازن رئاسة تحريرها وكتب فيها مصطفى أمين عماد الدين أديب إحسان عبد القدوس انيس منصور احمد حجازي عبدالله الجعفري..كما تتميز بشبكة واسعة من المكاتب المنتشرة في عواصم هامة.

ورغم كونها تصدر من لندن ترفض تسميتها بالمهاجرة كون شركتها مؤسسة سعودية مسجلة في لندن وتعتبر الشرق الأوسط من الأهمية في سوق الصحافة العربية والإقليمية والدولية.

ب. مجلة سيدتي 1981: مجلة نسائية متخصصة تتولى رئاستها د. فاتنة شاكر وهي من أوائل الإعلاميات السعوديات ثم خلفها عماد الدين أديب وقسمت إلى ثلاثة أبواب – للأخبار والتحقيقات النسائية ثم باب الأزياء والماكياج والجمال ثم باب الأسرة لذا اتسم إخراجها بالبساطة والأنوثة.

الفصل السابع

الصحافة الدولية

الفصل السابع
الصحافة الدولية

صدرت أول صحيفة عربية منذ قربين في مصر وهي صحيفة (التنبيه) ومع ذلك لا يوجد في المنطقة العربية صحيفة دولية واحدة والمؤسف أكثر أن حجم المطبوعات إلى السكان في الوطن العربي لا يزيد عن (1٪) من نسبته في الدول المتقدمة.

تأتي الصحافة الدولية في عصرنا لتشكل:

- مظهراً جديداً من مظاهر الهيمنة الإعلامية.
- دليلاً جديداً على اختلاف التدفق الإخباري بين دول الشمال ودول الجنوب.
- مزيداً من التبعية الإعلامية والاختراق الثقافي.

تعريف الصحافة الدولية:

الصحافة الدولية هو مصطلح حديث غير محدد المعالم، ولكن يمكن الوصول إلى تحديد دولية الصحيفة من خلال إخضاعها لثلاثة شروط:

1. الإشراف: أن توجد هيئة دولية تشرف على الصحافة (هذا الرأي غير متحقق في الوقت الراهن).
2. المضمون: أن يكون مضمون الرسالة الصحفية عالمياً (دولياً) أو يهم العالم بأسراه (هذا الرأي متحقق في كل رسالة صحيفة).
3. الانتشار: أن توجد هيئة ما تملك صحفاً قادرة على إيصال رسالة صحيفة إلى كل أنحاء العالم (هذا الرأي هو الحالة المشكلة، وهذا النوع من الصحافة هو المعني بمصطلح "الصحافة الدولية" إذ تصل الرسالة إلى كل أنحاء العالم، أي رسالة تصبح دولية من حيث انتشارها وبالتالي مضمونها).

يجب أن تتوافر في الصحيفة ثلاثة شروط لتصبح دولية:

1) انتشار التوزيع عبر الحدود والحواجز التي تفصل بين الدول.
2) قوة التأثير داخل الحدود الوطنية وخارجها، وهي قوة نابعة من عمق المضمون وتنوع المادة الصحيفة.
3) الصدور بلغة تسمح بالانتشار على النطاق العالمي، أو إصدار طبعات بلغات متعددة تسمح للصحيفة بالوصول إلى خارج حدودها الوطنية.

(إذا فقدت الصحيفة شرطاً من هذه الشروط، فقدت طابعها الدولي).

- تعتبر صحيفة (تشينا ديلي) أول صحيفة صينية تصدر باللغة الإنكليزية، لكنها ليست دولية لأنها لا تحظى بانتشار واسع خارج الحدود الصينية.
- تصنيف الدول الأكثر إصدار للصحف كالتالي:

  - أولاً: الولايات المتحدة.
  - ثانياً: روسيا.
  - ثالثاً: ألمانيا.
  - رابعاً: الهند.

- رغم احتلالها المركز الرابع في إصدار الصحف لا يوجد لدى الهند صحف دولية وذلك لصعوبات منها: أنه لم يمكن حتى الآن تصنيع حروف طباعة للعديد من اللغات فيها.
- لا تملك أي من دول العالم الثالث صحيفة دولية يرجع ذلك إلى:

  - البداية المتأخر للصحافة الوطنية في غالبية هذه الدول.
  - كثرة عدد اللغات المستخدمة.
  - صعوبة الاتصال بين المدن والأرياف.
  - اختفاء الأرضية الثقافية الجماهيرية والقاعدة المادية للاتصالات.

- ينحصر وجود صحف دولية في ثلاث دول صناعية متقدمة هي: الولايات المتحدة، إنكلترا، فرنسا.

- الصحف الأمريكية الدولية هي: نيويورك تايمز، الواشنطن بوست، وول استريت جورنال.
- المجلات الأمريكية الدولية هي: تايم، نيوز ويل، ذي ريدرز دايجت (الأكثر قراءة وانتشاراً).
- الصحف الانكليزية الدولية هي: التايمز، الحارديان، الفينا نشيال تايمز، الصنداي تايمز، والأوبزرفر.
- المجالات الانكليزية الدولية هي: الإيكو نومست فقط.
- الصحف الفرنسية الدولية هي: لوموند، الفيغارو، وفرانس سواء، ولومانتيه.
- المجلات الفرنسية الدولية هي: باري ما تش، لو اكسبريس، ولوبوان، ولوكانار انتشينه، إل elle.

أهم الأسباب التي جعلت الصحف والمجلات الدولية تتركز في أمريكا وفرنسا وانكلترا هي:

1. دولية اللغة الانكليزية والفرنسية.
2. التقدم الكبير في وسائل الاتصال والإعلام.

- توافقت بداية ظهور الصحافة الدولية مع بداية انتشار اللغة الفرنسية كلغة دولية: أي لغة السياسة والدبلوماسية الدولية وذلك نظراً لموقع فرنسا الجغرافية المتميز في الوسط الأوربي وزعامتها القارية.
- ظلت الصحافة تأخذ تابعاً محلياً أو وطنياً حتى مطلع القرن الثامن عشر وذلك لتخلف وسائل الاتصال والمواصلات في ذلك الوقت.
- العوامل التي ساعدت اللغة الانكليزية على تصدرها بين لغات العالم وجعلها اللغة الدبلوماسية الدولية الأولى:

1) انهيار فرنسا اثناء الحرب العالمية وانحسار إمبراطوريتها.
2) تغير موازين القوى.
3) بروز الولايات المتحدة كأقوى وأغني دولة في العالم.
4) قيام منظمة الأمم المتحدة ونقل مقرها إلى نيويورك.

- هناك خمس وكالات أنباء تسيطر على حركة تبادل الأخبار الدولية هي:

الأسوشيتدبرس + يونايتدبرس إنترناشيونال (امريكا).

وكالة الأنباء الفرنسية "فرنس برس"

رويتر (انكلترا).

وظائف الصحافة الدولية:

1) تحقيق التفاهم الدولي والتعاون بين الشعوب (هنا تلعب الصحافة الدولية دوراً أساسياً في تشكيل ملامح ومحددات الصور القومية للدول).
2) تكوين الرأي العام العالمي تجاه الكثير من القضايا التي تهم الجنس البشري كله.
3) إثارة الرأي العام العالمي بالمشكلات التي تهدد الأسرة الدولية.

تعتبر الصحافة الدولية أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة التي تصدرها.

تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأثرها في الصحافة الدولية:

لا ينفصل طابع الصحافة الدولية أياً كان مضمونها، ومن ثم عالميتها عن السياق التاريخي لنشأته وتطوره فهي نشأت في سياق تاريخي اجتماعي سياسي محدد، تمثل بالثورة الصناعية وما رافقها من تشكل رأسمالي.

المراحل التي مرت بها الصحف حتى تحولت إلى العالمية:

المرحلة الأولى:

1. بدأت مع اختراع المطبعة عام 1436م حتى أواخر القرن التاسع عشر.
2. كانت المطبعة السبب لبداية عصر الإعلام الجماهيري أي أصبح للصحف طابعاً جماهيرياً.

إلا أن هذه الجماهيرية اتسمت بانحصار الصحف ضمن:

1. الدولة الواحدة بشكل رئيسي.
2. المدن بشكل خاص.
3. النخب المتعلمة والفنية.

المرحلة الثانية:

1. هي مرحلة الخدمات البريدية.
2. كان الغرض من البريد جمع الخطابات والصور ونقلها لقاء أجر.
3. لعب البريد في القرن التاسع عشر دوراً هاماً في الحصول على الأنباء الخارجية.

المرحلة الثالثة:

1. هي مرحلة الاتصالات السلكية في القرن التاسع عشر مع الثورة الصناعية – في عام 1837 استطاع " صمويل موريس" اختراع التلغراف.
2. اختراع "غراهام بل" التلفون عام 1876.
3. ظهرت وكالات الأنباء التي ساهمت في اختراق الإعلام الجماهيري.

المرحلة الرابعة:

1. هي مرحلة الاتصالات اللاسلكية.
2. في هذه المرحلة اصبح الإعلام عالمياً (او دولياً).
3. بدات مع اختراع ماركوني اللاسلكي عام 1896.
4. استخدام الراديو في عام 1917 لنقل الأخبار الصحفية الدولية.
5. استخدام الترانستور الذي عرف في الخمسينيات.
6. اختراع جهاز " الفاكسميلي" عام 1920 وهو جهاز لإرسال النصوص اللاسلكية عن بعد وقد أحدث طفرة كبيرة في عمل الصحافة الدولية، حيث حقق لها نقل الأنباء و الموضوعات والصور والصفحات الكاملة من الجريدة في دقة وسرعة وسرية. وفي هذه المرحلة أيضاً:

هناك ثلاثة اختراعات لعبت دوراً حاسماً في ولادة الصحف الدولية الراهنة هي:

الحاسب الالكتروني – الأقمار الصناعية – أشعة الليزر.

- بدأ استخدام الحاسب الالكتروني منذ الخمسينات من القرن العشرين وأصبح واسع الانتشار في الستينيات، وقد لعب دوراً كبير في عملية إنتاج الرسالة الصحفية وبثها وتوسيع دائرة مستخدميها.
- عرفت الأقمار الصناعية تجارياً عام 1964. حيث قدمت للصحف إمكانية تصوير صفحات هذه الصحف ونقلها من بلد إلى آخر لتصدر من أماكن

متعددة في وقت واحد، بالإضافة إلى إمكانية نقل المؤتمرات الصحفية والاجتماعات في وقت انعقادها والاستماع إلى مناقشاتها.

- كان لاختراع الليزر عام 1960 الفضل في الربط بين مقر الصحفية ومكاتبها الخارجية.
- هذه الاختراعات الثلاثة أدت في مجال الإعلام إلى:

1) نظام الاتصالات الفضائية.
2) شبكات الحاسب.
3) كابلات الألياف الضوئية.

- ومن أهم التحويلات التي تشهدها الصحافة اليوم إمكانية الاستفادة من "الطرق السريعة للمعلومات" التي تعرض بوساطة الصحافة المكتوبة لقرائها "نشرات إلكترونية" على شبكة الإنترنت.

مما زاد من فعالية الصحف وتحسين الأداء المهني للوظيفة الإخبارية هو: ابتكار نظم لحفظ واسترجاع المعلومات من خلال بنوك المعلومات وشبكاتها.

- لقد وفرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأنظمة الناشئة عنها للصحافة الدولية:

– مساعدات كبيرة في مجال وظائفها الدولية.
– أوجدت لها وظائف جديدة.
– زيادة كفاءة الصحافة الدولية في أداء وظائفها، وكل ذلك عن طريق:

1) تسريع نقل الرسائل الصحفية على مستوى الإنتاج والإرسال.
2) زيادة التفاعل بين المرسل والمستقبل.
3) اتساع دائرة الموضوعات المتضمنة في الرسالة الصحفية.

الصحافة العربية الدولية:

يمكن أن نميز بين خمس مجموعات من الصحف العربي التي تدعى لنفسها صفة "الدولية" وهي:

المجموعة الأولى:

صحف الجاليات العربية في الخارج:

- تصدر باللغة العربية.
- توزع بصفة أساسية على أبناء الجالية العربية في البلد الذي تصدر فيه.
- من الناحية أن تسعى هذه الصحف للتوزيع خارج حدود الدولة التي تصد فيها.
- ينحصر اهتمامها في تغطية نشاطات أبناء الجالية.
- تنشر أخبار متفرقة عن العالم العربي.

المجموعة الثانية:

الصحافة العربية المهاجرة:

وهي الصحف التي اضطرت إلى الهجرة أو التي أصدرها صحفيون مهاجرون وذلك بسبب افتقاد هذه الصحف وأولئك الصحفيون لحرية التعبير داخل أقطارهم.

يدخل ضمن هذه المجموعة:

- جريدة الحياة.
- جريدة القدس.
- الشرق الجديد.
- مجلات الدستور.

- الحوادث.
- الوطن العربي.
- المستقبل.
- كل العرب.
- التضامن.
- الدولية.
- اليوم السابع.
- 23 يوليو.

أغلبت موارد الصحف المهاجرة تتناول شؤون العالم العربي وتوزع معظمها داخل الأقطار العربية.

المجموعة الثالثة:

الطبعات الدولية لدولية لصحف عربية محلية:

مثال:

1. الأهرام الدولي.
2. القبس الدولي.
3. النهار الدولي.

- موجهة بالأساس إلى القراء العرب خارج الوطن العربي.
- تهتم بالشؤون المحلية للبلد التي تصدر فيه "أخبار الوطن الأم" ثم الشؤون العربية العامة وتأتي أخيراً الشؤون الدولية.

المجموعات الرابعة:

هي الصحف التي أصدرها صحفيون عرب في عواصم أوروبية:

بتشجيع من حكوماتهم أو للتحاليل على بعض القوانين الصحفية المحلية.

يندرج تحت هذا اللون: مجلة الطليعة العربية، المجالس العربية، الموقف العربي، مجلة سيدتي، وجريدة الشرق الأوسط، المسلمون.

المجموعة الخامسة:

الصحف التي تصدر بلغات أجنبية في بعض الدول العربية:

- ظاهرة تاريخية بدأت منذ العصر الاستعماري.
- هذا النوع هو أول وجود للصحافة في الوطن العربي ومنها صحيفتي "بريد مصر"، العشرية المصرية" عام 1798م.

لماذا لا نستطيع وصف أي مجموعة بالصحف الدولية؟

المجموعة الأولى تفقد كافة شروط الصحفية الدولية.

المجموعة الثانية والثالثة والرابعة جميعها تصدر باللغة العربية فيه عديمة التأثير في القراء غير العرب في الدول الأجنبية.

المجموعة الخامسة مثل المجموعة الأولى هي صحف جاليات.

- يفتقد العالم العربي إلى صحافة عربية دولية وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى كون اللغة العربية ليست لغة دولية عالمياً ومن المؤكد أن مركزية الصحف الدولية أثرت سلباً في صافتنا العربية.

الاتجاهات المقاسية للصحافة الدولية:

يمكن أن نقول بأن الصحف في العالم تتوزع بين ثلاثة أشكال أو أنماط مقاسية، هي التابلويد (النصفية) والبرودشيت (الكاملة) والشكل الأوسط الذي يقع بينهما.

أ. البرودشيت:

كانت بداية الصحف في القرن السابع عشر الميلادي على شكل مطويات ورقية صغيرة، ولكنها كبرت في الحجم خلال العقود التالية. وفرضت الحكومة الإنجليزية في القرن الثامن عشر (تحديدا عام 1712م) الضرائب للحد من تأثير هذه الصحف على الرأي العام، وكانت تعتمد كمقياس على قيمة الضرائب على أساس عدد الصفحات، ومن أجل استيعاب أكبر قدر من المعلومات والأخبار والمقالات وتقليل نسبة الضرائب[1]، تولدت الحاجة لأن تكون الصحف كبيرة الحجم broadsheet أي بالمقاس الكامل المعروف حالياً في كثير من الصحف العربية والسعودية. وكانت صحيفة Dutch Courante الإيطالية أول صحيفة بالحجم الكامل "برودشيت"، وذلك عام 1618م.

معظم صحف البرودشيت تصل مقاساتها للصفحة الواحدة 60 سم طولا، و37.5 سم عرضاً، أي ضعف مساحة صفحة التابلويد. ويزيد عرض صحافة البرودشيت قليلا في استراليا ونيوزيلاندا عن باقي صحف العالم بحوالي خمسة سنتيمترات). أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فإن مقاسات البرودشيت تقل عن الشكل العالمي، حيث بعدا الصحف هناك يصل إلى حوالي 57سم و 37.5 سم، حيث تعتبر الصحف الأمريكية الأقل طولا من بين صحف العالم، كما أن صحيفة وول ستريت جورنال الأمريكية أقل عرضا من باقي الصحف الأمريكية، حيث يصل عرضها إلى 30 سم[2]. وقد توقع توني سميثسون مدير الإنتاج في إحدى الصحف

(1) www.psfk.com/2005/04/abloid_newspapers
(2) www.en.wikipedia.org/wiki/broadsheet

الأمريكية بأن الخمس أو العشر سنوات القادمة ستشهد نهية البرودشيت في الولايات المتحدة[1]. وذكر رئيس إحدى المجموعات الصحافية الكبيرة في الولايات المتحدة نايت رايدر Knight Ridder ان هذه المجموعة قد شكلت لجنة للنظر في خيارات تحويل بعض صحفها إلى تابلويد، علما أن المجموعة في وقت لاحق اشترت خمس صحف من بينها صحف تابلويد. كما أن مجموعة صحافية أخرى جانيت Gannett وهي المجموعة التي تمتلك صحيفة يو إس أي تودي USA Today تفكر في شراء مطابع جديدة من ألمانيا لبعض صحفها تكون على مقاس بيرلاينر أو كومباكت[2].

ترتبط صحف البرودشيت عادة بأنها صحف جادة، ومتوجهة للنخب العليا في المجتمع، لأنها تعتمد على قصص خبرية معمقة، مع ابتعاد هذه الصحف عن عناصر الإثارة التي تطرحها صحف التابلويد. ويجب التنويه هنا إلى أنه ليس كل صحيفة تابلويد هي صحيفة إثارة وليست كل صحيفة برودشيت هي صحيفة جادة. فعلى سبيل المثل، فإن صحيفتي الديلي ميل وصحيفة الديلي اكسبريس هما في شكل تابلويد، ولكن محتواهما مختلف عن باقي صحف التابلويد الأخرى مثل الصن. كما أن صحيفة برودشيت مثل بلد الألمانية هي صحيفة إثارة وفضائح في مضمونها. كما أن بعض صحف البرودشيت تصدر لاحق متخصصة على شكل صحف تابلويد.

مع تنامي التحول نحو نظام التابلويد، لم يبق إلا القليل من الصحف الوطنية بنظام البرودشيت في المملكة المتحدة، ومنها صحيفة الديلي تيليجراف Daily telegraph وصحيفة الصندي تايمز Sunday Times، حيث لا زالا يقاومان التحولات الجديدة، رغم وجود إشاعات أن الجارديان ستتحول قريبا إلى صحيفة تابلويد، أو كما يراها البعض من الصحف الجادة التحول نحو صحف

(1) Lewis, David, "Tabloids to Broadsheets: Drop Dead", www.newsandtech.com/nexpo/2005

(2) Ibid

مصغرة compact. وتوجد صحف أخرى في الساحة الصحافية البريطانية بنظام البرودشيت ومنها الفايننشال تايمز غيرها من الصحف الإقليمية.

ب. التابلويد:

هو مقاس صغير للصحيفة، يصل إلى نصف الصحيفة الكاملة، أي بطول 23.5 بوصة (حوالي 60 سم) ويعرض 14.75 بوصة (حوالي 37 سم). وقد بدا استخدام مصطلح تابلويد من الحقل الطبي من خلال إحدى شركات الأدوية البريطانية، بقصد ضغط الحبوب العلاجية لتصبح "تابلت مضغوطة"، اي جعلها في أحجام صغيرة. ثم انتشر الاستخدام في ميادين أخرى ومنها الصحافة، حيث يعتبر الفرد هارمسورث Harmsworth احد أوائل من استخلص نموذجا مضموبياً لصحافة تعتمد على الإثارة السياسية وتلبي الذائقة الشعبية للناس، ويكون له التأثير على الراي العام. وقد استطاع من خلال النشر في مطبوعاته من التابلويد الصحافية ان يسقط حكومة الحرب البريطانية في الحرب العالمية الأولى. وقد عاش هارمسورث خلال الفترة 1865 – 1922م[1].

وانطلاقة صحافة التابلويد في اوروبا بدات نتيجة عاملين، هما:

(1) محاولة تقديم وجبات سريعة للقارئ يتناولها وهو في مكان عام مثل القطارات أو الباصات خلال ذهابه أو عودته من عمله.
(2) تقديم وجبات جديدة من العمل الصحافي، تعتمد على تركيز أكبر من القصص ذات الاهتمامات الإنسانية، وأخبار الحوادث وبرامج الترفيه المتاحة[2].

تعتبر صحيفة الصن من أشهر الصحف البريطانية – ومعها عدد من الصحف الأخرى – وهي صحيفة إثارة وفضائح وإغراء، وقد توجهت في السنوات الأخيرة كثير من الصحف البريطانية لتوظيف شكل تابلويد بديلا لأشكالها

(1) http://en.wikipedis.org/wlki/tabloid
(2) www.poynter.org/content/content_view.asp

التقليدية، حيث انضمت في السنوات الماضية ثلاث من أشهر الصحف الجادة البريطانية إلى ركب التابلويد، وهي صحيفة التايمز Times – التي تحولت بعد 216 عاما منذ تأسيسها – وصحيفة الإندبندنت Independent وصحيفة سكوتسمان Scotsman. وتحاول هذه الصحف استخدام مفردة أخرى compact عند الحديث عن الشكل الجديد لها تحاشياً لاستخدام كلمة تابلويد التي ترتبط لدى الناس عادة بصحافة الفضائح والإثارة والجريمة[1]. وأشارت تقارير عن بعض من هذه الصحف إلى نمو في توزيع هذه الصحف بعد ستة أشهر من التحول نحو المقاس المصغر compact، حيث أشارت التايمز إلى نمو يقدر 32٪، وصحيفة الإندبندنت إلى 21٪[2].

وتنتشر التابلويد في أوروبا، ومن أشهر صحف التابلويد صحيفة بلد Blid الألمانية، وهي صحيفة إثارة في شكل برودشيت (وليست صحيفة نصفية)، وتوزع حوالي الأربعة ملايين نسخة يوميا[3]. كما في السوق الألمانية تحولت إحدى الصحف المشهورة دي فيلت Die Welt إلى تابلويد عام 2005م[4]. وفي هولندا تحولت عدد من الصحف الجادة إلى مقاس التابلويد، وتأتي في المقدمة أشهر الصحف الهولندية NRC Handelsblad، إضافة إلى صحف أخرى مجانية تبنت نظام التابلويد مثل مترو وغيرها من الصحف[5].

في الصحافة الأمريكية، تعتبر صحيفة نيويورك ديلي نيوز New York Dail News أول نموذج لصحافة التبلويد، ولكن لم تكن مثل هذه الصحافة بنفس حجم الإثارة الموجود في الصحافة البريطانية. ولكن يمكن القول بأن صحيفة نيويورك بوست New York Post منذ أن اشتراها روبرت موردوك عام 1976م هي نموذج أقرب لصحف التبلويد البريطانية. وعلى مستوى التابلويد توجد صحف أخرى في الولايات المتحدة، ومنها فيلادلفيا ديلي نيوز، شيكاغو صن – تايمز، دنفر

(1) Ibid
(2) Ibid
(3) http://en.wikipedis.org/wiki/tabloid
(4) www.iht.com/articles/2005/05/15/business/papers16
(5) Ibid

روكي ماونتن نيوز، بوسطن هيرالد، وغيرها من الصحف الأخرى، بما فيها صحيفة مجانيــة تصــدر في سانفرانسيــسكو وواشـــنطن وبلتيمـــور واسمهـــا إقزامنـــر Examiner[1].

وقـد تحولـت طبعتـا وول سـتريت جورنـال الأوروبيـة والآسـيوية إلى شـكل تابلويد، تمشيا مـع السوق الأوروبية والآسيوية الـتي تضغط في اتجاه هـذا التحـول. ويجب التـذكير هنا علـى أن صناعة الإعلان هـي إحدى القوى المؤثرة علـى التوجه نحو صحافة التابلويد، حيث يرى المعلنون أن الإعلام في صحافة التابلويد لـن يعطـى التأثير المطلوب للإعلام على القراء[2]، ولهذا فتحاول هـذه المؤسسات الإعلانيـة أن توقف زحف هذا التوجه العالمي نحو التابلويد.

وفي دول أخرى في العالم هنـاك العديد من الصحف التي تبنت هـذا النظام الصحافي وفي الصين على سبيل المثال، فإن هنـاك تحولا كبير نحو التابلويد منذ منتصف التسعينيات. وفي روسيا فإن صحيفة موسكو نيوز، وفي جورجيا صحيفة كييف بوست كلاهما من صحف التابلويد، كما أن صحيفة فاينانشال الجورجية قد تحولت إلى تابلويد.

وتواصل موجة التابلويد اكتساحها لكثير من صحف العالم، حيث وصلت الظاهرة في أمريكا الجنوبية، في الأرجنتين، وتشيلي، ثم في شمال أوروبا، وفي آسيا، في سنغافورة وماليزيا، وغيرها مـن دول العـالم. وقد ذكر أحد المحللين الاستراتيجيين في الجمعية الدولية للصحافة – ومقرها باريس – أن 40٪ مـن صحف العالم قد تحولت إلى تابلويد بنهاية عام 2005م، بينما كانت النسبة حوالي 30٪ قبل مطلع القرن العشرين الميلادي[3].

(1) Ibid
(2) www.psfk.com/2005/04/abloid_newspapers
(3) www.iht.com/articls/2005/05/business/papers1

ج. صحف الكومباكت او البيرلاينر:

كومباكت compact هو مصطلح بريطاني، يعني تحول صحيفة جادة quality من طباعة برودشيت إلى مقاس أصغر حجما، لكنه أكبر من مقاس التابلويد. والكومباكت يسمى أيضا في الأدبيات الصحافية بيرلاينر Berliner هو المقاس الوسطي بين التابلويد وبين البرودشيت يسمى احياناً midi وتعني الشكل الوسطي في حجم الصحيفة. ويصل طول هذا المقياس إلى 47 سم، وعرضه 31.5 سم، أي اطول من صحف التابلويد، ولكنها ليست أعرض منها الا بأقل من سنتيمتر تقريبا. وعلى الرغم أن الكثير من الباحثين والمحللين الإعلاميين يرون ان أي تحول من نظام البرودشيت إلى نظام مقاسي اصغر هو تحول نحو التابلويد، إلا ان مسئولي تلك الصحف يرون أن التحول يجب ان يعطى تسميات جديدة، مثل كومباكت compact او بيرلاينر beriner وذلك حتى لا ينظر القراء أن هذا التحول على انه انتصار لصحف التابلويد، وحتى يعطي الإحساس بأن التوجهات التحريرية لهذه الصحف لم يتغير، فلا تزال الجدية هي الأساس الذي تنتهجه هذه الصحف لسياستها التحريرية. ويبدو أن هذا النظام الورقي الجديد سيأخذ مكانته منبهين الأنظمة الورقية في الصناعة الصحافية، حيث سينضم إلى النموذجين السابقين، البرودشيت والتابلويد.

وتأتي في مقدمة الصحف التي تنعت مقاسها الجديد بالكومباكت صحيفة لي موند Le Monde وصحيفة لي إكو Les Echos الفرنسيتين، وصحيفة لاريبليكا La Republica وصحيفة La Stampa لاستامبا الإيطاليتين، وصحيفة دي مورجن De Morgrn البلجيكية، بالإضافة إلى الصحف الأولى في كرواتيا وصربيا ومنتوجومري، ومؤخرا صحف في دول أخرى ومنها صحيفة هآرتز Haaretz الإسرائيلية، التي تحولت في فبراير 2007م. كما تحولت صحيفة منت Mint الهندية – وهي مشروع مشترك بين مؤسسة محلية مع صحيفة وول ستريت جورنال – إلى نظام بيرلاينر في فبراير 2007م[1]. وفي الولايات المتحدة الأمريكية

(1) www.en.wikipedia.org/wiki/berliner

فإن الصحيفة الوحيدة التي تحولت إلى نظام البيرلاينر هي صحيفة ديلي جورنال اند كوريير The Daily Journal and Courier في ولاية انديانا حتى منتصف 2006م[1].

❖ الاتجاهات الحديثة في التصميمات الفنية:

أشارت بعض الدراسات عن التصاميم الصحافية، إلا أن فترة ما بين الحربين العالميتين شهدت العديد من التجارب لتطوير مفاهيم إخراجية في الصحافة الأمريكية[2].

وحدث تحول مهم في تطور الإخراج الصحافي، حيث انتقلت مدرسة التصميم من خلال التقليد، أي أن معظم الصحف تقلد بعضها البعض، إلى مدرسة الخصوصية الإخراجية، أي أن كل صحيفة تحاول أن تبني لها شخصيتها الإخراجية بما يميزها عن غيرها من الصحف. وقد دعا جارسيا إلى توقف الصحف عن تقليد بعضها البعض، وبدلا من ذلك تتوجه إلى بناء خصوصية فنية تتمايز به كل صحيفة عن الأخرى[3].

وكان التحول الأساسي في المدرسة الإخراجية هو من النمط التقليدي الذي تمثل خلال العقود الأولى من القرن العشرين في صورة أو صورة صغيرة باللون الأبيض والأسود، والاعتماد النظام الإخراجي الراسي vertical design والذي يتحدد من خلال الخطوط الطولية التي تفصل بين الثمانية الأعمدة التي تتكون منها الصفحة. وبطبيعة الحال، تزخر الصفحة الأولى بشكل خاص بعشرات الأخبار القصيرة التي تتوزع على مجمل أعمدة الصفحة.

---

(1) Ibid

(2) Nerone, John and Kevin Barnhurst, "Visual Mapping and Cultural Authority: Design Changes in U. S. newspapers, 1920-1940", Journal of Communication:45, 1995, pp. 9-43

(3) Garcia, Mario, "We 've come a long way", The America Editor, April, 2000, pp. 4-5.

ومنذ السبعينيات الميلادية من القرن العشرين، بدأت الألوان تأخذ مكانها على الصفحة الأولى، وبالتالي فقد تحول الاهتمام من الإخراج الذي كان يعتمد على النص، إلى الإخراج الذي بدأ يعتمد على أشكال جديدة في المادة الصحافية، أي أن الجديد في المدرسة الإخراجية بدأ يزاوج بين الكلمة والفن، أو المضمون والشكل. كما تحولت الطريقة الإخراجية من الاعتماد على القلم والورقة، إلى استخدام الكمبيوتر وبرامج التصاميم الصحافية[1].

عندما ظهرت صحيفة يو إس أي تودي، جاءت بشكل فني وإخراجي جديد، ومثل ذلك توجهاً جديداً في المدرسة الإخراجية الصحافية، ومن بين أهم تلك الملامح: تقليص عدد الموضوعات في الصفحة الواحدة، تقليص عدد العناوين ولكن في المقابل تكبيرها، الاعتماد على أشكال فنية مثل الجرافيك المعلوماتي، وكوادر معلوماتية وصور فوتوغرافية تحسن من الشكل الصحافي الإخراجي، زيادة المساحات البيضاء في الصفحة وعدم خنق الصفحة بمساحات سوداء من الكتابة والمواد الطبوغرافية، وأخيرا فإن الألوان بدأت تدب في كثير من الصفحات والصحف[2].

وجاء التنافس بين صحف البرودشيت وصحف التابلويد منصب في محور أساسي بينهما على الشكل الإخراجي لهذه الصحف. وكما هو معروف، فإن وضع الصحيفة في استاندات البيع له تأثيره على حجم مبيعات أي صحيفة. ولهذا عمدت صحف البرودشيت إلى إعادة بناء الصفحة الأولى وهيكلتها اخراجياً، بحيث يكون النصف الأعلى يصبح على شكل شاشة تلفزيونية متكاملة. ومن هنا، روعي في ذلك وجود عناوين جاذبة، وصور معبرة، وبألوان مختلفة لاستقطاب اهتمامات الجمهور. ونشير هنا[3]، إلى أن صحيفة صندي ستار تايمز The Sunday Star Times النيوزيلندية وهي أكبر صحيفة هناك، واجهت تنافسا حادا مع صحيفتين تابلويد،

(1) Utt, Sandra and Steven Pasternack, "Front page Design: Some Trends Continue", Newspaper Research Journal:24: 3, 2003, p. 48
(2) http://wikipedia.org/wiki/news_design
(3) www.brasstacksdesign.com/bfd/

ولهذا اضطرت لأن تعيد بناء تصميم صفحاتها، وخاصة الصفحة الأولى لتواكب اتجاهات الشكل الجديد في التصميم والإخراج الصحافي.

ولا شك أن الصفحة الأولى في أي صحيفة هي الواجهة الأمامية التي تطل من خلالها الصحيفة على جموع قرائها، كما أن الصفحة الأولى هي العنوان الذي يلفت انتباه القرء إلى ملخص ما تم إعداده من موضوعات وأخبار خلال الأربع والعشرين ساعة الماضية. وقد أشارت موسس Moses إلى أن دخول القارئ إلى الصفحة الأولى يأتي من الصور الكبيرة والعناوين الكبيرة، الذي يضيف بعدا مرئيا إلى الصفحة مما يعزز فرص القراءة لموضوعات الصفحة[1].

لامست المدرسة الحديثة في الصحافة الدولية سمات متميزة في الشكل والتصميم والاتجاه نحو الألوان، وفيما بعض الإشارات عن هذا التطوير:

1. الاتجاه الى أحجام صغيرة من الصحف، وعلى سبيل المثال فقد اعتمدت صحيفة USA Today نظام السبعة أعمدة بدل الثمانية المعمول به في الصحف بالحجم التقليدي، كما أن صحفاً عالمية بإحجام كاملة أخذت تتجه الى مقاس التابلويد، مثل التايمز اللندنية.. وقد جاء هذا التحول مواكبة لمتطلبات القراء، على الرغم من كون صحف التابلويد تتصف عادة بالإثارة والمبالغة الصحافية.
2. تكبير المانشتات الرئيسة في الصحيفة، وتقليل عدد كلمات العناوين قدر الإمكان، وذلك بالنسبة للقصص الإخبارية الهامة والمثيرة في الصفحة الأولى تحديداً.
3. استخدام الألوان في الصحف استجابة لتوجهات القراء ومحاكاة للتلفزيون، وكانت صحيفة USA Today تسمى بصحيفة تلفزيونية، وخاصة عندما يتمت صميم النصف الأعلى من الصفحة الأولى. وتوضع في استاندات بيع الصحف.

(1) Moses, Monica, "Consumer Mentality" The American Editor, April, 2000, pp. 6-7

4. توظيف الجرافيكس بشكل متنامي، وزيادة استخدام الصور الفوتوغرافية. ولا شك أن الجرافكس الملون والصور الملونة تعكس تأثيرا كبيرا على القراء، وتعطي جاذبية عالية للصحيفة. وتتمثل أهم العمليات الجرافيكية في ثلاث أشكال (ريتش، 2002)، هي المخطط الإحصائي وخارطة الموقع، ورسم لوقوع حدث معين.
5. من الملاحظ أن تبويب الصحف اليومية تغير كثيراً في السنوات الماضية، فبدل الصحيفة ذات الجسم الواحد، تعدد الصحيفة الى اقسام عديدة، ومن الأقسام الرئيسة التي تتكرر كثيرا في معظم الصحف الحديثة، قسم الأخبار (الرئيسي) وقسم الاقتصاد، وقسم الرياضة، وأحياناً قسم الترفيه.

نموذج من الصحافة الدولية[1]:

الصحافة الأمريكية:

يو إس أي توداي:

يعتبر 15 سبتمبر 1982م تاريخاً مهماً في الصحافة الحديثة في العالم، فقد صدرت صحيفة يو اس أي تودي USA.Today في الولايات المتحدة الأمريكية. وتعد هذه الصحيفة بما احتوته من مضامين وأشكال إخراجية وقوالب تحريرية ثورة في عالم الصحافة. ويمكن أن يؤرخ لها أنها بداية عصر جديد في الصحافة الدولية المعاصرة. ويرجع الفضل في تأسيس هذه المدرسة إلى الصحافي الشهير نيوهارث Allen Neuharth الذي لطالما راوده حلم تأسيس صحيفة وطنية جديدة في الولايات المتحدة تعتمد على مدرسة صحافية جديدة منذ السبعينات الميلادية من القرن العشرين. لا سيما أن الولايات المتحدة على الرغم من أنها تمتلك أكثر من 1600 صحيفة يومية إلا أنها تفتقر لوجود صحف وطنية توزع على مستوى الدولة. ولم توجد على مدى العقود الماضية سوى ثلاث صحف هي وول ستريت

(1) د.علي بن شويل القرني، " الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، جامعة ملك سعود

جرنال Wall Street Journal وصحيفة كرستيان ساينس مونيتور Christien Science Monitor وصحيفة نيويورك تايمز – New York Time وخاصة عددها والأسبوعي ليوم الأحد الذي يلقى إقبالاً كبيراً من مختلف شرائح القراء في مختلف الولايات المتحدة.

وجدت صحيفة يو إس أي تودي موجة من الانتقادات وخاصة من الإعلاميين في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث لم تجد القبول منهم، فعلى سبيل المثال ذكر بين برادلي Bradlee من صحيفة واشنطن بوست إنه إذا اعتبر أحد أن يو إس أي تودي صحيفة من الصحف الجيدة، فإن أعتبر نفسي من خارج منسوبي صناعة الصحافة. وذكر إدورد سيرز Sears مدير تحرير صحيفة أتلانتا جورنال إن قراءة صحيفة يو إس أي تودي أشبه بقراءة دليل التلفونات (الصفحات الصفراء yellow pages). بل أضاف أحد المحررين ديفيد هول Hall من صحيفة سينت بول إن قراءة هذه الصحيفة تشبه قراءة الإذاعة (يشير إلى تهكم واضح بالصحيفة)[1].

اتجهت الصحيفة عند تأسيسها إلى شرائح معينة في المجتمع الأمريكي بناء على دراسات تسويقية هدفت إلى تأسيس قاعدة من القراء، وتحديداً اتجهت الصحيفة إلى أربع شرائح كانت ترى أنها يمكن أن تشكل لها هذه القاعدة للانطلاق نحو مفهوم الصحيفة الوطنية[2]:

1. جيل الطفرة الاقتصادية وهم هؤلاء الذين ولدوا بعد الحرب العالمية الثانية، وتحديداً بين عامي [1946– 1964م]. وهؤلاء هم الذين يقودون الحياة العامة في المجتمع الأمريكي، وكانت أعمارهم عند صدور صحيفة USA TO Day على 1982م تتراوح بين أعمار 18 عاماً و 36 عاماً. وتشير

(1) MacCartney, James, "USA Today grows up", American Journalism Review: 19:7, September 1997, p. 18
(2) Hartman, John k. (1992) The USA Today Way, Central Michigan University, p. 5

الدراسات السكانية إلى أن هذه الشريحة كانت تمثل 78 مليون فرد في المجتمع الأمريكي.

2. الجماهير الرياضية.. وتشكل نسبة ثلاثين في المائة من مجمل السكان وهم – في مجملهم رجال – يعشقون الرياضة ويتطلعون دائماً إلى متابعة الألعاب الرياضية ويتمايشون مع نجوم الرياضة في مختلف الألعاب. وقد قدم التلفزيون تغطيات منوعة لهؤلاء النجوم والرياضيين ولهذا تأتي هذه الصحيفة لتتوجه إلى هؤلاء بطريقة تكون في مستوى جاذب لهذه الجماهير العريضة من عشاق الرياضة.
3. جماهير السفر والسياحة... وهؤلاء يشكلون أرقاماً مهمة من القراء الذين يتعطشون لمعرفة ما يدور في شئون اهتماماتهم المحلية عندما يغادرون ويسافرون في رحلات عمل أو زيارات ترفيه.
4. جماهير العزاب وخاصة هؤلاء الذين يعيشون بعيداً عن أهاليهم وأقاربهم، فقد توجهت الصحيفة إليهم لتقدم لهم كل ما يحتاجونه وهم في وحدتهم وغربتهم.

وخلال السنوات الأولى بعد صدور صحيفة USA TO Day حاولت صحف أخرى استنساخ هذه الصحيفة بتعديلات معينة أملاً في مواكبة النجاح الذي لاقته الصحيفة. فمثلاً حاول البليونير الإعلامي المكسيكي (أيميليو ازكراجا Azcaraage مع عدد من الصحافيين وفي مقدمتهم الصحافي فرانك ريفورد Deford استنساخ صحيفة شبيهة ليواس أي تودي أسموها The National ولكنها رياضية بحتة، ولكنهم أخفقوا في الحصول على الدعم الإعلاني لمواكبة تكاليف مثل هذا الإصدار وبينما تصل المساحات الإعلانية في معظم الصحف الناجحة إلى حوالي 50٪ من مجمل المساحة،إلا أن هذه الصحيفة الرياضية لم

تحظ إلا بحوالي 10 ٪ مما اضطرها إلى التوقف، وخاصة بعد أن أصدرت صحيفة USA. Today ملحقاً أسبوعياً عن لعبة البيسبول[1].

وقد كان ألن نيوهارث مع مؤسس صحيفة يو إس أي تودي قد رفضوا أن تكون هذه الصحيفة رياضية بحتة وفضلوا أن تكون ذات اهتمام رياضي كبير بدلاً من ذلك...

ويسقوط صحيفة The National يعطي توقعات المؤسسين نظرة ثاقبة في اختيارهم أن تكون هذه الصحيفة ذات صبغة عامة ولا تكون مقتصرة على مضمون واحد[2].

وظهرت صحيفة أخرى في مدينة سانت لويس عام 1989م اسمها The St. Louis San موجهة إلى جيل الطفرة الاقتصادية ولكنها أخفقت كذلك بعد عدة أشهر. ولم تنجح هذه الصحيفة إلا في كونها أجبرت الصحيفة المحلية المنافسة لها على تطوير ذاتها وتحسين مستواها.

وقد انطلقت صحيفة يو اس أي تودي عند صدورها في شكل إخراجي جديد، عبارة عن أربعة أقسام Sections يتحلى كل قسم بلون مميز، فقد أخذ القسم الأول الإخباري اللون الأزرق، والقسم الثاني عن الرياضة اللون الأحمر، والقسم الثالث عن الاقتصاد اللون الأخضر، والقسم الرابع عن الحياة (المجتمع) اللون البنفسجي، واتسمت الصحيفة بالصور الملونة في كل صفحاتها، ولكن بشكل ملفت في الصفحة الأولى والصفحات الأولى من كل قسم، كما اتخذت الصحيفة لغة مختصرة ومركزه لكل أخبارها وموضوعاتها، وتحمل الصحيفة في كل قسم من أقسامها قصة صحافية رئيسة يتم استكمالها في الصفحة التالية، وهي الموضوع الوحيد الذي يحمل بقية، حيث أن الموضوعات الأخرى في الصحيفة لا تحمل أي بقيات في صفحات داخلية. وهي بهذا الإجراء تحل مشكلة يعاني منها القراء في

(1) المرجع السابق، ص 6

(2) المرجع السابق ص 6

تقليب الصفحات بحثا عن بقايا موضوعات سابقة. وتحاول الصحيفة منذ تأسيسها في التنوع في الموضوعات بحيث يتمكن القارئ من معرفة الكثير من الموضوعات ولكن القليل من التفاصيل في هذه الموضوعات[1]. كما حاولت الصحيفة أن تقدم للقراء وجهات نظر مختلفة ومتباينة من خلال صفحات الراي والافتتاحيات، فقد حرصت ان تبث يوميا افتتاحياتها في تناول الراي والراي الآخر، من أي موضوع تكتب عنه[2].

ومن أهم ما تميزت به صحيفة USA.Today الرسوم الجرافيكية التي تشرح وتفسر وتصف الإحداث والموضوعات التي تتناولها ولهذا حاولت أن تواكب العين البصرية للقراء التي تعودت على مشاهدة التلفزيون الملون بإعطائه صحيفة ملونة ذات صورة وإشكال ورسوم ملونة وجذابة. اقل ما يقال عنها انها صحيفة تلفزيونية. وقد اعترف مؤسس صحيفة USA.Today الن نيوهارث ان الأفكار التي وضعها في هذه الصحيفة جاءت من عدد من المجلات ومن التلفزيون وبعض الصحف المتطورة ذات في بعض الولايات الجنوبية في الولايات المتحدة[3].

إما على المستوى والخطط التسويقية للصحيفة، فقد فتحت الشركات المعلنة ستة أشهر من الإعلانات المجانية عندما يتم توقيع عقد طويلة الأجل معها. وأشار توم كيرلي Tom Carley وهذا أحد الصحافيين الذين ساهموا في الأفكار الرئيسية وتم الطلب من أن يتولى الإشراف على قسم التوزيع بالصحيفة رغبة في زيادة أرقام توزيعها، وذكر كيرلي أنه اعتمد على ثلاث استراتيجيات لتسويق الصحيفة وتوزيعها وهي:

1. الاتصال الهاتفي بالعملاء والطلب منهم الاشتراك في الصحيفة، واستمرار الاتصال بهم مراراً وتكراراً حتى يقبلوا الاشتراك في الصحيفة.

---

(1) المرجع السابق ص 6-7

(2) المرجع السابق ص 7

(3) المرجع السابق ص 8

2. تكثيف ستاندات بيع الصحيفة في كل مكان، وخاصة في المواقع التي يتواجد فيها الناس، حتى لو أن هذه النقطة البيعية تبيع نسخة واحدة أو اثنتين في اليوم.
3. إجبار الناس على قراءة الصحيفة سواء شاءوا أو لم يشاءوا من خلال وضع الصحيفة بين أيديهم حتى ولو بشكل مجاني، ولو لبعض الوقت... فالراهنة هي على جودة وجاذبية الصحيفة عند ما يتطلع عليها القارئ.

وقال كيري بأن سياسة الإغراق هذه تساعد على تعويد القراء على الصحيفة، ولهذا فليس غريباً أن نسبة تزيد على الخمسين في المائة من إيرادات الصحيفة تأتي من بيع الطبعات الورقية للصحيفة.

وقد انطلقت صحيفة يو إس اي تودي USA Today وحققت نجاحات كبيرة، الى أن وصلت الى الصحيفة الأكثر توزيعاً في الولايات المتحدة بفضل خطتها التسويقية المرسمة، وبفضل محتواها الجديد على الصحافة العالمية، بتركيز على الألوان واستخدامات الجرافيكس بشكل كبير.. وظهور صحيفة بنوعية وشكل ومحتوى جديد كان حلما للإعلامي الشهير الين نيوهارث Allen Neuharth الذي أسس هذه الصحيفة من خلال إحدى كبرى الشركات (المجموعات) الإعلامية الأمريكية جانيت Gannett التي استثمرت بليون دولار امريكي لتاسيس يو إس اي تودي USA Today للخمس السنوات الأولى.. وعلى الرغم من تعثر في السنوات الأولى، بسبب ظهور صحف منسوخة عن هذه المدرسة الجديدة مثل صحيفة ذا ناشونال The National والتي كان يملكها البليونير المكسيكي اسكراجا وكانت صحيفة رياضية بحتة، وكذلك صحيفة سانت لويس سن St. Louis Sun، إلا أن صحيفة يو إس اي تودي USA Today قد حققت نجاحات متنامية، وادى استمرار نجاحها الى إفلاس هاتين الصحيفتين المنافستين.. وخروجهما من الساحة الصحافية. ومع مرور السنوات بدأت ترسخ مدرسة USA Today وتؤثر في باقي الصحف الأخرى سواء داخل الولايات المتحدة أو خارجها، رغم التعليقات الساخرة التي وجهها الناشرون والصحافيون في البداية ضد مدرسة

USA Today .. وحتى كبرى الصحف الأمريكية مثل النيويورك تايمز والواشنطن بوست ولوس انجليس تايمز بدأت تقلد الصحيفة الجديدة في نظام الألوان والأقسام ونظام الجرافيكس والجداول والتبويب التحريري. كما انتشرت هذه المدرسة في أوروبا وفي دول أخرى من آسيا.. كما أن هذه المدرسة أثرت على ظهور صحيفة الوطن السعودية، وصحيفة العرب اليوم الأردنية.

وقد تسلقت صحيفة USA Today سلم توزيع الصحف في الولايات المتحدة الى ان وصلت الى الصحيفة الأكثر انتشار في الولايات المتحدة الأمريكية، وتخطت الصحيفة الأولى لسنوات طويلة وهي صحيفة وول ستريت جورنال Wall Street Journal.

صحيفة نيويورك تايمز:

هي الصحيفة التي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث في الولايات المتحدة عبر العقود الماضية، أي أن المتتبع لأحداث معينة أو لخطب سياسية ينبغي أن يعود فيها إلى قراءة هذه الصحيفة. وهي تصدر في مدينة نيويورك منذ عام 1851م، عندما أسسه الصحافي والسياسي هنري ريموند Raymond. ومنذ الثمانينيات من القرن التاسع عشر الميلادي تحولت التايمز من دعمها للمرشحين الجمهوريين إلى موقف مستقل غير داعم لأي مرشح. الناشر أدولف أوكس Ochs هو الذي أطلق شعار التايمز عام 1897م وحتى اليوم "جميع الأخبار التي تتناسب مع الطبع" All News That's Fit to Print، وأصبح علامة بارزة في تاريخ الصحيفة، حيث يكتب يوميا على صدر صفحتها الأولى. وتمتلك حالياً عائلة سولزبرجر Sulzberger نسبة كبيرة من أسهم شركة نيويورك تايمز، ومنذ تأسيس هذه الصحيفة، لم تخرج الملكية الرئيسة لها عن عائلة اوكس/سولزبرجر[1]. وتعد الصحيفة متميزة في أخبارها وتقاريرها وتأثيرها على الرأي العام الأمريكي، وقد حصدت 94 جائزة بوليتزر، وهي أشهر جوائز الصحافة في العالم. ويوجد بالصحيفة حوالي عشرين

(1) http://eg.wikipedia.org/wiki/new_york_times

قسماً تحريرياً في مختلف التخصصات، ولها 23 مكتبا خارجيا في مختلف عواصم ومناطق العالم. كما لها ستة مراكز تحرير إقليمية داخل الولايات المتحدة في واشنطن، بوسطن، شيكاغو، لوس أنجلس، سان فرانسيسكو، وسياتل.

وقد كانت نيويورك تايمز تصدر طبعة دولية منذ عام 1946م، ولكنها توقفت عام 1967م عندما اشتركت مع صحيفة نيويورك هيرالد تريبون وصحيفة واشنطن بوست على إصدار صحيفة دولية من باريس بمسمى انترناشونال هيرالد تريبون International Herald Tribune. من أهم المحطات الرئيسة لهذه الصحيفة، هو المحاكمة التي دخلت فيها ضد الحكومة الأمريكية فيما يعرف بـ "أوراق البينتاجون" Pentagon Papers وكانت الصحيفة قد حصلت على تسريبات عبارة عن وثائق عسكرية سياسية تعكس الوضع في فيتنام من عام 1945م إلى عام 1971م، وبدأت التايمز تنشر هذه الوثائق على شكل سلسلة، ولكن أصدرت الحكومة الأمريكية في عهد الريس نيكسون أمراً قضائياً بإيقاف نشر هذه الأوراق لأنها تتعارض مع الأمن القومي. وخلال هذه الفترة بدأت واشنطن بوست نشر نفس الأوراق من خلال مراسلها بين باجديكان Bagdikian فاضطرت الحكومة الأمريكية أن تصدر أمرا بإيقاف نشر البوست لهذه الوثائق، التي تشير إلى تعمد الحكومة توسيع دائرة الحرب بغارات جوية على شمال فيتنام، وأنه تم تجاهل وإشعار المواطن الأمريكي بما يحدث في ساحة الحرب. وأخيراً تحولت قرى هذه الأوراق في التايمز والبوست إلى المحكمة الدستورية العليا، التي قضت بأن حجب هذه الأوراق عن النشر يعد رقابة قبلية – قبل النشر – تتعارض مع التعديل الدستوري الأول First Amendment واعتبرها الكثير نصرا للصحافة ضد هيمنة الحكومة على النشر الصحافي بحجة ضرورات الأمن الوطني[1].

(1) Ibid

وعلى مستوى المقر الذي توجد فيه صحيفة نيويورك تايمز فإن من أشهر المقرات التي احتضنت الصحيفة مقرها في الشارع 42 عام 1904م، وقد أعطت اسمها لمكان الاحتفالات الكبرى المفتوح وسمي تايمز سكوير، ولكن بعد تسع سنوات انتقلت إلى الشارع 43، بينما بيع مقرها السابق عام 1961م. ومن المتوقع أن تنتقل النيويورك تايمز إلى مقر جديد على شكل ناطحة سحاب تقع على تقاطع (West 41 & 8th Avenue) في مانهاتن بمدينة نيويورك ذلك خلال عام 2007م.

❖ صحيفة واشنطن بوست:

تعتبر واشنطن بوست Washington Post الصحيفة الأولى والأكثر توزيعاً في العاصمة الأمريكية واشنطن، وقد تأسست عام 1877م. وتعتبر مع نيويورك تايمز وصحيفة وول ستريت جورنال من أهم الصحف الأمريكية على مرّ العقود الماضية. وتدرج في ملكية الصحيفة عدد من رجال الأعمال، والكونجرس وغيرهم، ومن الطريف أن واشنطن ماكلين عندما شري هذه الصحيفة عام 1905م مع ابنه جون ماكلين، وقد أوصى قبل موته بأن تدار الصحيفة من خلال وقف، تشكيكا في قدرة ابنه في متابعة شئون الصحيفة، وبعد موته عام 1916م اعترض ابنه، واستعاد ملكيته للصحيفة، ولكن حدث ما كان والده يخشاه، حيث تردت أوضاع الصحيفة، وتم بيعها في مزاد علني عام 1933م، وامتلكها يوجين ميير Meyer، ثم جاء زوج ابنته فيليب جراهام وامتلك الصحيفة عام 1946م. ثم امتلكت زوجته كاثرين ميير الصحيفة عام 1963م، وكانت هذه أول امرأة ملأت مكان الناشر لكبرى الصحف الأمريكية، واستمرت في عملها ومناصب قيادية في البوست آخرها رئيسة مجلس الإدارة، ثم رئيسة للجنة التنفيذية حتى وفاتها عام 2001م، وقد عمل معها ابنها دونالد جراهام كناشر للواشنطن بوست منذ عام 1979م، ثم رئيسا لمجلس الإدارة اى عام 2000م، عندما خلفه بويزفوليت جونز[1].

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/wahsington_post

واشتهرت لواشنطن بوست بتحقيقاتها المعمقة، أو ما سمي بالتحقيق البحثي investigative reporting، واشتهر كل من بوب وودورد Bob Woodward وكارل بيرنستاين Carl Bernstein اللذين فجرا فضيحة ووتر جيت water-gate – تصنت الحزب الجمهوري على مقر الحزب الديمقراطي – والتي أطاحت بالرئيس الأمريكي نيكسون عام 1973م. وعلى الرغم من هذا النجاح وغيره من النجاحات فهناك سقطات للصحيفة، حيث نشرت الصحيفة سلسلة من التقارير بعنوان "عالم جيمي" Jimmy's World وصفت فيه المحررة جانيت كووك Janet Cooke أوضاع إدمان طفل عمره ثمان سنوات على الهيروين. وفازت كووك بجائزة بوليتزر، ولكن فيما بعد اتضح أن هذه القصة كانت ملفقة، وليس لها أساس من الصحة، مما اضطر الصحيفة إلى الاعتذار للقراء، وإعادة الجائزة[1].

تعتبر البوست من الصحف الجادة في الصحافة الأمريكية، حيث حصلت حتى عام 2006م على 22 جائزة بوليتزر وهي أعلى مرتب الجوائز الصحافية في العالم، إضافة إلى جوائز أخرى من مؤسسات إعلامية.

وتميزت البوست بكثافة وعمق تقاريرها عن العاصمة الأمريكية، وخاصة عن البيت الأبيض، وعن الكونجرس، ومختلف الإدارات الحكومية في واشنطن. وتعتبر صحيفة واشنطن تايمز Washington Times المنافس الحالي لهذه الصحيفة في العاصمة واشنطن، رغم أن توزيعها لا يتعدى سبع مجمل توزيع صحيفة البوست[2].

صحيفة وول ستريت جورنال:

تعد وول ستريت جورنال Wall Street Journal أشهر صحيفة اقتصادية في العالم، وتمتلكها شركة داو جونز المالية في نيويورك، ولها طبعتان أوروبية وآسيوية، وتوزع يوميا حوالي المليونين نسخة ورقية، إضافة إلى وجود اشتراك في نسختها الالكترونية تصل إلى حوالي المليون. وقد بدأت قصة الصحيفة بقصة تأسيس شركة داو جونز، حيث اتفق ثلاثة صحافيون هم تشارلز دو Charles

(1) Ibid
(2) Ibid

وإدوارد جونز Edward Jones تشارلز بيرجستر سر Bergstresser على Dow تأسيس شركة داو جونز عام 1882م. وبعد فترة قصيرة أسس داو صحيفة وول ستريت جورنال عام 1889م، كما استحدث بعض المؤشرات الاقتصادية التي تعكس حالة السوق. وعندما اشتراها كلارنس بارون Barron عام 1907م كان توزيعها 7000 نسخة، ولكنه رفعها إلى أكثر من 50000 نسخة في نهاية العشرينيات الميلادية. وحاليا تتحكم في الصحيفة والشركة عائلة بانكروفت Bancroft. كما أن روبرت موردوخ قد حاول شراء شركة داو جونز في مايو 2007م، إلا أن إدارة الشركة رفضت عرضه، نظرا لأن الصحيفة تعتمد أخبارها وتقاريرها بموضوعية وتناول محايد، وهذا لن يتوفر للشركة والصحيفة إذا تحولت إلى النظام الصحافي الذي يعتمده موردوخ[1].

بدأت وول ستريت جورنال نسختها الإلكترونية عام 1996م، وهي تتصدر أعداد الاشتراكات المدفوعة من بين أشهر صحف العالم. كما أن الصحيفة بدأت إصدار عدد أسبوعي كل يوم سبت عام 2005م بعد توقف دام خمسين عاما، وكان ذلك بهدف استقطاب مزيد من المعلنين في هذا العدد الأسبوعي. كما أن الصحيفة أدخلت الإعلان لأول مرة على صفحتها الأولى عام 2006م، بعد إدخاله على طبعتيها الأوروبية والآسيوية قبل بعام واحد. ومن أهم ما يميز هذه الصحيفة عدم نشرها للصور الشخصية منذ تأسيسها، إلا أنها في عام 1979م استحدثت نظام رسم للشخصيات السياسية والعامة على شكل رسم خطي يبين وجوه هذه الشخصيات، وهو الذي أسمته هدكوتس Hedcuts، ومن الملاحظ أن الصور الحديثة الملونة بدأت تنتشر على صفحات وول ستريت جورنال في السنوات الأخيرة وخاصة في صفحات "أنماط الحياة". وعلى مستوى مقاس الصحيفة، فقد صغرت من مقاسها المعتاد برودشيت إلى مقاس أصغر، بحذف عمود كامل، وقد ذكرت الصحيفة أن

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/wall_street_journal

هذا التصغير أتي بهدف تخفيض تكلفة الطباعة، حيث سيوفر عليها أكثر من 18 مليون دولار سنويا[1].

وتتمتع الصحيفة بسياسة تحريرية تميل إلى المحافظة، وإلى مبادئ السوق المفتوحة، وعند الحديث عن سياسات الحكومة تجاه المهاجرين، أعلنت الصحيفة في افتتاحياته أنه ترى وجهة نظرها في خمس كلمات "يجب أن تكون حدودنا مفتوحة"، وهذا يعكس جرأة الطرح الصحافي لهذه الصحيفة. وتعكس الصحيفة دائما ثقتها في الفكر الفردي، والسوق الحرة من الأفكار، دون المحاولة للذهاب إلى حلول توفيقية وسطية كما تنزع إلى ذلك بعض الصحف أو بعض الساسة. وتتميز الصحيفة بوجود قسمين منفصلين تماما عن بعضهما البعض، هم قسم الأخبار، وقسم الرأي. والفصل يأتي بهدف عدم تأثير أي منهما على الآخر. وأحد الأمثلة يوضح أهمية هذا الفصل، حيث تتبنى التقارير الإخبارية وجهة نظر مفادها أن الإنسان هو مسبب رئيس للتغيرات المناخية، عاكسة بذلك دراسات واستشرافات مستقبلية، بينما صفحات الرأي والافتتاحيات لا تؤمن بذلك[2].

وتذكر الصحيفة أن وكالة داو جونز الإخبارية هي أول وكالة نقلت خبر اصطدام طائرة بمبني التجارة العالمي في تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر، وبسببها نالت جائزة بولتزر، كما أن مبناها كان مواجها لإحدى مبني مركز التجارة العالمي، وانهارت في دقائق، وكان المحررون يخشون أن عدد اليوم التالي سيغيب في سابقة لم تحدث في مائة عام، ولكن خطة الطوارئ نجحت في صدور عدد اليوم التالي[3]. وتصدر عن شركة داو جونز بالإضافة إلى المطبوعة الأساسية لوول ستريت جورنال، وطبعتيها الدوليتين في أوروبا وآسيا، توجد مجلة اقتصادية بارون ماجازين Barron's Magazine وهي اسبوعية تراجع حالة الاقتصاد والأسواق

(1) Ibid
(2) Ibid
(3) Ibid

العالمية. ما تمتلك الشركة مجلة للمستهلكين Smart Money ومجلة شهرية Far Eastern Economic Revew[1].

❖ صحيفة لوس أنجلس تايمز:

صدرت صحيفة لوس أنجلس تايمز Los Angeles Times عام 1881م في مدينة لوس انجلس بولاية كاليفورنيا، وكان مسماها الأول لوس أنجلس ديلي تايمز، ولكن سرعان ما أفلست الصحيفة، ثم أتت إليها إدارة جديدة من شركة ميرور وعينت أحد العسكريين القدامى جري اوتس Otis رئيسا للتحرير، واستطاع إنجاح الصحيفة. وبعد وفاته عام 1917م استلم منه زوج ابنته هاري تشاندلر Chandler كناشر لهذه الصحيفة، ثم خلفه ابنه نورمان عام 1944م. وتملك الصحيفة شركة تايمز – ميرور، إلا أنها شريت من قبل شيكاغو تريبيون عام 2000م، منهية عصر الملكية الفردية لأسرة تشاندلر. وخلال فترة تغييرات المناصب تقلد دين باكويت Baquet أول أمريكي اسود رئاسة تحرير التايمز، ولكنه لم يصمد أمام متطلبات شركة تريبيون، وتم استبداله جيمس أوشي O'shea الذي كان رئيسا لتحرير صحيفة شيكاغو تريبيون. وقد سجلت لوس أنجلس تايمز أكبر تراجع في أرقام التوزيع من بين الصحف الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2006م. وفي عام 2007م قبلت شركة تريبيون عرض مقدم من سام زيل Zell لشراء لوس انجلس تايمز[2].

وهي ثاني أكبر صحيفة إقليمية بعد نيويورك تايمز، رغم حضورها الوطني المهم في من بين الصحف الوطنية الأمريكية. وقد تعرضت مصداقية الصحيفة لنكسة عام 1999م عندما كشفت التحقيقات عن عمولات بين تحرير الصحيفة وبين إحدى الشركات في إصدار مجلة بمناسبة افتتاح أحد المراكز الرياضية في لوس أنجلس. وهذا الإجراء مرفوض في عرف الصحافة الأمريكية تماما، حيث الانفصال بين التحرير والإعلان مبدأ أساسي يحفظ مهنية الصحيفة.

(1) http://en.wikipeia.org/dow_jones
(2) http://en.wikipedia.org/wiki/the_lns_angele_times

وعلى الرغم من تلك الجدليات، فقد استطاعت التايمز أن تحصل على 37 جائزة بولتيزر حتى عام 2004م، وفي عام واحد فقط (2004م) حصدت خمس جوائز مختلفة من بوليتزر.

الصحافة البريطانية:

صحيفة التايمز:

تعد صحيفة التايمز Times الصحيفة الأولى في بريطانيا، والتي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث منذ تأسيسها عام 1788م. وقد كان لهذه الصحيفة دور بارز في التأثير على السياسية البريطانية، وخاصة السياسية الخارجية، والتأثير على الرأي العام البريطاني خلال هذه العقود الطويلة منذ تأسيسها. ويصدر مع هذه الصحيفة العدد الأسبوعي الشهير صندي تايمز Sunday Times وكلاهما يعود لشركة تايمز الصحافية، التي امتلكتها شركة نيوز كوربوريشن News Corporation التي تعود إلى الملياردير روبرت موردوخ، وعلى مر التاريخ كانت التايمز تتبنى وتؤيد السياسة البريطانية المحافظة وخاصة حزب المحافظين — يمين الوسط — إلا أنه بعد دخول موردوخ ودخوله مرحلة التأثير على سياسة الصحيفة تحولت هذه الصحيفة إلى تأييد حزب العمل في الانتخابات الأخيرة[1].

يعود الفضل في إصدار هذه الصحيفة إلى جون والتر Walter الذي أسسها في أول تحت مسمى ديلي يونيفرسال ريجستر Daily Universal Register وذلك عام 1785م، ولكن لم تنجح الصحيفة، ولهذا غير من اسمها إلى الاسم الحالي تايمز The Times عام 1788م. وبنت سمعتها من الأخبار التي كانت تنشرها عن القارة الأوروبية، وخاصة عن فرنسا بشكل خاص، كما أن التايمز قد استثمرت شخصيات وكتاب في السياسة العلوم والتراث والفن، وكانت تدفع لهم التايمز مبالغ كبيرة لا تستطيع صحف منافسة أن تقدمها لهم، مما خلق لها

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/the_times

التميز الذي كانت تنشده. وكانت التايمز أو صحيفة أرسلت موفداً إلى الخارج، وهي أول صحيفة ابتدعت فكرة المراسل الحربي في بعض النزاعات والحروب الخارجية. وفي منتصف القرن التاسع عشر بدأت التايمز تواجه منافسة شديدة من "صحف البنى" penny press وخاصة الديلي تيلجراف ومورننج بوست، ولكنها تجاوزت هذه الفترة الحرجة والصعوبات المادية، بعد أن ارتبطت بطرق تسويقية جديدة مشتقة من مفاهيم تسويق أمريكية، وخاصة عندما اشتركت التايمز في تسويق الموسوعة البريطانية. وتعاقب خلال العقود الأولى من القرن العشرين أكثر من مالك لهذه الصحيفة، فمن عائلة اللورد نورثكليف، إلى عائلة أستور، إلى مستثمر كندي روي تمبسون. وقد توقفت التايمز لحوالي عام تقريبا – من 1 ديسمبر 1978 إلى 12 نوفمبر 1979– بسبب خلاف بين العاملين والمالكين في هذه الصحيفة. ونتيجة لأوضاع الصحيفة ومقاومة العاملين فيها للتقنيات الجديدة لم تتمكن إدارة تومبسون من الاستمرار في ملكية الصحيفة وتلبية الاحتياجات الجديدة لها، أو هذا ما دعى إلى بيعها إلى الملياردير الأسترالي روبرت موردوخ Murdock عام 1981م(1).

وكان أول قرار اتخذه موردوخ هو استبدال رئيس التحرير ريس – موج برئيس تحرير جديد هو هارولد ايفانز Harold Evans، كما أدخل تقنيات الطباعة الجديدة في الصحيفة، والتي كان اتحاد العمال معترضا عليها فيما مضى، وقام باستبدال مطابع اللينوتايب التي كانت تطبع الصحيفة منذ القرن التاسع عشر بتجهيزات حاسوبية حديثة ومطابع ذات تقنية عالية. كما أن انتقال الصحيفة من مبناها القديم بقرب فليت ستريت إلى مبناها الجديد من وابنج Wapping، ساعد على تطوير آليات التحرير الداخلية للصحيفة، كما تخلت الصحيفة عن استخدام ألقاب المجاملات – وفق استايل بووك style book– مثل السيد والسيدة والآنسة. ومن أهم التغيرات التي حدثت لصحيفة التايمز هو تصغير مقاس الصحيفة إلى مقاسات أصغر، وبدأت في نوفمبر 2003م بطباعة متشركة

---

(1) Ibid

بين المقاس العادي برودشيت والمقاس الجديد الأصغر، إلى أن اتجهت بشكل نهائي في 13 سبتمبر عام 2004م إلى شكل تابلويد أو ما تطلق عليه الصحيفة كومباكت – صحيفة مصغرة – وهذا بداية حقبة جديدة في تاريخ الصحيفة، مع ما صاحبه من تغيرات في التبويب التحريري، لمواكبة العادات القرائية وخاصة بين الشباب. كما رفعت الصحيفة قيمة بيعها إلى 60 فلس، بعد أن كانت قد قامت بتخفيضها عام 1993م إلى 30 فلس في حرب لكسب القارئ بين الصحف البريطانية[1]. أما على مستوى التوزيع، فقد بلغت عام 2005م حوالي 692 ألف نسخة يوميا[2].

صحيفة الجارديان:

كانت السمة الأولى لهذه الصحيفة مانشستر جارديان حيث صدرت من مدينة مانشستر البريطانية، وذلك عند تأسيسها عام 1821م، ولكن بعد عام 1959م، تخلت الصحيفة عن اسم مانشستر وأصبح اسمها فقط الجارديان Guardian، وتطبع في كل من لندن ومانشستر في شكل مقاس وسطي بيرلاينر أو كومباكت عام 2005م. وقد انتقل المركز الرئيسي لها إلى لندن عام 1964م.

ومن أشهر رؤساء تحريرها سكوت Scott الذي استمر في رئاستها للتحرير لسبعة وخمسين عاما حتى عام 1907م، حيث انتهج مواقف متشدد من بعض القضايا السياسية والاجتماعية في بريطانيا. وكانت للعلاقة الوثيقة بينه وبين وايزمان أثر ودور في إعلان وعد بلفور Balfour في كون فلسطين موطن شرعي لليهود، وفي عام 1948م كانت الجارديان من أكثر الصحف تأييداً لتأسيس دولة إسرائيل. وقد كشف دفنا بارام في كتاب "التحرر من الوهم: الجارديان وإسرائيل" عام 2003م علاقة الصحيفة بالقوى الصهيونية المؤيدة لإسرائيل. ولاشك أن الجارديان تعد من الصحف التي تدخل في جدليات كثيرة، ولهذا فلديها الكثير من القضايا في محاكم النشر البريطانية. فقد نشرت الصحيفة عام 1983م تقارير سرية عن مواقع صواريخ كروز في بريطانيا، مما اضطر الصحيفة إلى تسليم

---

(1) Ibid
(2) Ibid

المحكمة هذه التقارير، وسجن الشخص الذي قام بتبليغ الصحيفة عن ذلك. كما نشرت الصحيفة عام 1995م تقارير عن أحد الوزراء في الحكومة البريطانية إيتكن Aitken وعن ضلوعه في أخذ رشاوى عبارة عن إقامات مجانية له ولعائلته في فندق رتز باريس من الأمير محمد بن فهد، ولكن المحكمة حكمت بانعدام الأدلة في هذا الاتهام. وهناك كثير من القضايا التي واجهت الصحيفة، اضطرتها إلى التراجع عنها بعد انعدام الأدلة والبراهين، أو لانعدام أخلاقيات العمل المهني في مثل تلك القضايا[1].

وعلى الرغم من ذلك، حظيت الصحيفة بجوائز عديدة على تميزها التحريري، أو على الشكل الفني لها، أو لتميز نسختها الإلكترونية، سواء من مؤسسات أو جمعيات بريطانية أو أمريكية. وقد اشترت مجموعة الجارديان صحيفة الأبزيرفر Observer الأسبوعية عام 1993م. وتميل صحيفة الجارديان إلى الوسط الليبرالي ويقرب من المواقف اليسارية في الحياة السياسية البريطانية[2].

❖ صحيفة الديلي تيليجراف:

تأسست الديلي تيليجراف عام 1855م بواسطة الكولونيل البريطاني أرثر سيليج Sleigh ولكنه سرعان ما باعها إلى صاحب المطبعة التي كانت تطبع فيها هذه الصحيفة جوزيف ليفي Levy الذي أحال مسؤولية التحرير فيها إلى أبنائه. ثم خفض سعر بيع الصحيفة إلى مقدار penny واحد، وحقق لها هذا الإجراء نجاحاً كبيراً، حيث مكنها من تجاوز صحيفة التايمز في مبيعاتها[3]. وقد ساهمت مقابلة نشرتها الديلي تيليجراف عام 1908م لإحدى الشخصيات الألمانية في خلق توتر في العلاقات البريطانية الألمانية، أدت إلى تصعيد سياسي ساهم في خلق أجواء الحرب العالمية الأولى[4]. ثم بيعت الصحيفة إلى عائلة بورنام وعائلة كامروس واستمرت معهم إلى أن بيعت عام 1986م إلى رجل الأعمال الكندي كونراد بلاك

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/the_guardian
(2) Ibid
(3) www.en.wikipedia.org/wiki/daily_telegraph
(4) www.lib.byu.edu

Black ثم امتلكها الأخوان باركلي Barclay وهما المالكان الحاليان لهذه الصحيفة. وتعد صحيفة الديلي تيليجراف بيتا لحزب المحافظين، رغم أن أحد ملاكها ديفيد باركلي ذكر في تصريحات إعلامية بأنه ينبغي إلا تكون كذلك ثم تراجع عن هذه الفكرة فيما بعد. وفي انتخابات عام 2005م أيدت الصحيفة الحزب المحافظ في هذه الانتخابات. وتعد هذه الصحيفة الوحيدة التي لا تزال بنظام البرودشيت وهو المقاس الاعتيادي للصحف الجادة البريطانية. وقد أضيفت صحيفة الصندي تيليجراف عام 1961م كشقيقة أخرى لهذه الصحيفة[1]. وكان موقع الصحيفة على الإنترنت هو الأول بين الصحف البريطانية، وكان ذلك في نوفمبر 1994م، ويعد هذا الموقع من أفضل المواقع الإلكترونية للصحف البريطانية، حيث نال الكثير من الجوائز في هذا الخصوص[2]. ومن الأخطاء الطريفة التي وقعت فيها الصحيفة أنها نشرت بتاريخ 24 اغسطس 1988م تاريخا خطأ لإصدارها في ذلك اليوم حيث كتبته 25 اغسطس 1988م.

❖ صحيفة الصن:

تعد صحيفة الصن The Sun التي تصدر من لندن أكثر صحيفة باللغة الإنجليزية توزيعاً في العام، حيث توزع حوالي ثلاثة ونصف المليون نسخة يوميا، بينما حجم القراءة لها تصل لحوالي ثمانية ملايين شخص في المملكة المتحدة. ويمكن تقسيم تاريخ صحيفة الصن إلى فترتين، أولاهما قبل امتلاك موردوخ، والثانية بعد امتلاكه لهذه الصحيفة. وقد أطلقت الصحيفة عام 1964م من مجموعة ميرور كبديل لصحيفة يومية كانت قائمة اسمها ديلي هيرالد Daily Herald، وكانت موجهة للطبقة العاملة، ولكن نظراً لأن هذه الشريحة قد شاخت عمرياً ولم تعد جاذبة للمعلن، فقد فقدت الاهتمام بالمعلن، كما أن الملاك لم يكن يريدوا أن تتنافس صحيفتان (الهيرالد والميرور) لنفس المجموعة على نفس الجمهور. ويعد

(1) www.en.wikipedia.org/wiki/daily_telegraph
(2) Ibid.

تعثر للصن في سنواتها الأولى، تم بيعها إلى شركة نيوز انترناشونال التابعة لمجموعة نيوز كوربوريشن التي يملكه روبرت موردوخ وذلك عام 1969م[1].

بعد شرائه للصن، وإضافته لها إلى جانب صحيفة نيوز أف ذا وورلد News of the World الأسبوعية التي تصدر كل يوم أحد، حولها مباشرة إلى صحيفة تابلويد، وابتدع الصفحة الثالثة التي اشتهرت بها الصن، وهي عبارة عن صورة لفتاة عارية، ولا زالت مستمرة منذ عام 1970م. ودخلت الصن المعترك السياسي للانتخابات السياسية في بريطانيا، فقد بدأت قريبة من حزب العمال، ثم تحولت في عهد تاتشر وميجور لمساندة حزب المحافظين. ومن أطرف مواقفها السياسية، في الانتخابات التي كان نيل كونيك رئيس حزب العمال عام 1992م، علقت أنه في حال فوزه في هذه الانتخابات "فإن آخر شخص يبقى في بريطانيا يجب أن يطفئ الأنوار"، ثم بعد يومين أدعت الصن أنها هي التي أكسبت المحافظين الفوز في الانتخابات. ثم عادت الصن في دعم حزب العمال في عهد توني بلير[2]. وتعتبر الصن من أشهر صحف التابلويد في العالم، حتى أن البعض قد أطلق عليها "ملكة التابلويد".

❖ الصحافة الفرنسية:

صحيفة ليموند:

صحية ليموند Le Monde – وتعني "العالم" – هي من أشهر الصحف الفرنسية وتعد من الصحف التي يعتمد عليها في توثيق الأحداث the newspaper of the record في فرنسا، وهي صحيفة مسائية، والصحيفة الوحيدة التي توزع خارج نطاق الدول الفرانكفونية. وقد أسس الصحيفة هيوبتر بيوف ميري Hubert Beuve-Mery بطلب من الجنرال تشارلس ديجول بعد طرد الألمان من

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/the_sun
(2) Ibid

فرنسا عقب الحرب العالمية الثانية، وقد صدر عددها الأول في 19 ديسمبر 1944م[1].

تعد ليموند من صحف وسط اليسار، أو ما يمكن أن يطلق عليه صحف معتدلة في مواقفها في الحياة السياسية الفرنسية. وبينما كانت مؤيدة لسياسات الرئيس الفرنسي ميتران، فقد كانت كثيرة الانتقاد لسياسات جاك شيراك ومعه الرئيس الحالي ساركوزي. ومن أهم ما تتميز به الصحيفة هو تركيزها الأكبر على الآراء والتحليلات السياسية التي تتميز بها، ولكن هذا لا يأتي على حساب اهتمامها بتسجيل الأحداث، فهي تشكل مصدرا توثيقيا للأحداث الفرنسية على وجه الخصوص. وقد صدر عام 2003م كتابا جدليا بعنوان "الوجه المخفي لليموند" The Hidden Face of Le Monde انتقد فيها قيادات الصحيفة بأنهم غير فرنسيين في حرصهم على المصالح الفرنسية العليا، ويضعون أنفسهم في دوائر ضيقة تفقدهم الاستقلال السياسي، وتزج بهم في تبعية حزبية، وقد اعترضت الصحيفة على ما كتب عنها في هذا الكتاب – الذي ألفه كل من بير بيان وفيليب كوهن – وتم الاتفاق على عدم طباعة أي طبعات أخرى لهذا الكتاب في تسويه بين الطرفين[2].

وتتميز الصحيفة بهيكلية إدارية تضع العاملين فيها ليس فقط كموظفين، بل مساهمين فيها، ويشاركون في انتخابات الإدارات والقيادات العليا في المؤسسة. وقد أصاب ليموند ما أصاب باقي الصحف في العالم، من تناقص في توزيع الصحيفة، حيث انخفضت من حوالي 406 آلاف نسخة في عام 2001م إلى حوالي 364 ألف نسخة عام 2004– 2005م. ويجب التفريق بين ليموند الصحيفة اليومية وبين ليموند دبلوماتيك Le Monde Diplomatique التي هي عبارة عن اصدار شهري تمتلك صحيفة ليموند منه 51٪ من أسهم هذا الإصدار[3].

(1) http://en.wikipedia.rg/wiki/le_monde
(2) Ibid
(3) Ibid

❖ صحيفة ليفيجارو:

صدرت ليفيجارو LeFigaro اسبوعية من بداية تأسيسها عام 1826م، ولم تكن منتظمة حتى عام 1954م عندما امتلكها ديفيليميسان الذي حولها إلى صحيفة مهمة وذات توزيع كبير من بين الصحف الفرنسية. وقد دخلت ليفيجارو معترك الحياة السياسية عندما اغتالت زوجة أحد رؤساء الوزراء كايلوكس رئيس تحرير الصحيفة كالمت عام 1914م عندما نشر رسالة تتهم زوجها بالفساد. واستمر تقدم الصحيفة بين الصحف المنافسة، إلى أن وصلت إلى الصحيفة الأولى في فرنسا مع بداية الحرب العالمية الثانية، وأصبحت الصحيفة صوت الطبقة الوسطى في المجتمع الفرنسي، وخاصة الشرائح العليا من هذه الطبقة، وأصبحت صوتا محافظا في الحياة السياسية[1].

ويمتلك رجل الأعمال المعروف سيرج داسول Dassault نسبة كبيرة ومؤثرة من أسهم ملكية هذه الصحيفة، وهو سياسي محافظ ومرتبط بشركات لصناعة الأسلحة في فرنسا. وهذا أثار الكثير من اللغط حول الاستقلال التحريري للصحيفة، لإنتمائته – ولإنتماءات ابنه – لأحد الأحزاب السياسية في فرنسا UMP، مما جعله في فترة سابقة يقول بأن الصحيفة يجب ان تطرح الأفكار الصحيفة، وأن الفكر اليساري لا يرتقي لدرجة من الصحية التي تؤهله أن يجد مكانا في مثل هذه الصحيفة[2].

❖ صحيفة ليبراسيون:

أصدر الفيلسوف والمفكر الوجودي جين– بول سارتر Sartre وآخرون من مفكري اليسار صحيفة ليبراسيون Liberation عام 1973م والتي تعني الحرية أو التحرير ومركزها العاصمة الفرنسية باريس. ونفس الاسم كان اسم صحيفة مقاومة فرنسية للاحتلال الألماني أثناء الحرب العالمية الثانية في شمال فرنسا، وفي

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/le-figaro
(2) Ibid

جنوبها، حيث صدرت عام 1941م، ولكن الشكل المستمر من هذه الصحيفة هو الذي أصدره سارتر عام 1973م، وكان رئيسا لتحريرها حتى عام 24 مايو 1974م.

وجاء هذا الإصدار نتيجة تداعيات مظاهرات الاحتجاج التي اجتاحت فرنسا وكثير من عواصم ومدن العالم الغربي في نهاية الستينيات الميلادية. ويتمركز الخط السياسي للصحيفة في يسار الوسط، ومنذ بدايتها مع الخط اليساري في الثقافة والحياة السياسية الفرنسية، إلا أنها تعرضت لمطبات كثيرة خلال الثمانينيات والتسعينيات، إلى درجة أنها خرجت تقريبا من محور اليسار السياسي بحكم تبنيها لبعض القضايا التي أغضبت قرائها من أصحاب هذا التوجه. وقد وصل توزيعها عام 2007م إلى حوالي 140000نسخة، بتراجع منتظم خلال السنوات الماضية، حيث كان توزيعها عام 1999م حوالي 170000 نسخة يوميا[1].

ومن الملفت للنظر أن الفلسفة اليسارية قد أثرت على بناء هياكلها الإدارية، حتى لم يكن يوجد – على الأقل في السنوات الأولى – أي نظام هرمي في السلطة الإدارية يعكس تفاوت في السلم المالي لموظفي الصحيفة، وقد تحدد راتب واحد يتقاضاه رئيس التحرير ونفس الراتب بدون زيادة أو نقصان يتقاضاه العامل "الفراش" الذي ينظف أو يحضر الشاي أو القهوة. ولكن لم يدم ذلك كثيراً، حيث دخل مستثمرون جدد في الشراكة لرأس مال الصحيفة، كما دخل الإعلان – الذي كان محرماً عليها – ضمن إيرادات الصحيفة في الثمانينيات الميلادية، مما اضطر الصحيفة أن تعود إلى النظام المالي الاعتيادي الذي يفرق بين وظائف الصحيفة حسب الهيكل الإداري لها[2].

وقد توقفت الصحيفة لفترة قصيرة حوالي ثلاثة أشهر خلال عام 1981م، ولكنها عادت تحت إدارة يرج جولاي July أحد مؤسسيها، الذي اختط لها خطوطا سياسية واضحة، حيث بنت سياستها التحريرية على مقاومة العنصرية، ودعم حقوق العمال وحقوق المرأة. ولا ترتبط ليبارسيون بأي حزب سياسي في فرنسا،

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/lib%c3%a9rations
(2) Ibid

ولكن تعكس على صفحات الرأي فيها مختلف وجهات النظر السياسية، ولهذا يراه البعض كصحيفة بديلة للصحف الفرنسية القائمة. وتعرضت الصحيفة خلال عامي 2006 –2007م إلى هزات عنيفة، اضطر فيها جولاي أن يستقيل تحت ضغط روتشيلد Rothschild أحد رجال الأعمال الذي امتلك 37٪ من رأسمالها، وقدم آخرون استقالاتهم احتجاجا على تدخلاته في التحرير. وانتقل الجدل بينه وبين جولاي وغيره إلى صفحات صحف أخرى، كانت أبرزها ليموند، التي استأثرت بكثير من الغسيل والفضائح عن هذه الصحيفة[1].

❖ الصحافة الألمانية:

صحيفة بيلد:

تعد صحيفة بيلد Bild من أشهر الصحف الألمانية، ومن أكثرها انتشاراً، بل هي أكثر الصحف الأوروبية انتشاراً، وتعد أعلى صحف العالم انتشاراً من خارج الصحف اليابانية، حيث يأتي ترتيبها السادسة عالمياً حيث راوح توزيعها في السنوات الماضية حوالي الأربعة ملايين نسخة. وقد بلغت الذروة في التوزيع خلال الثمانينيات الميلادية بوصولها إلى الخمسة ملايين نسخة يوميا. ومنذ ذلك التاريخ بدأت – مثل غيرها من صحف العالم – تشهد تناقصا في التوزيع، وتشير أرقام 2006م الى 3.8 مليون نسخة[2].

وقد تأسست صحيفة بيلد عام 1952م على يد الناشر الألماني الشهير أكسل سبرنجر Axel Springer ويقع مركزها الرئيسي في مدينة هامبورج، وتعد صحيفة وطنية توزع في مختلف المدن الألمانية في 32 طبعة إقليمية، إضافة إلى أن لها طبعات خارجية في اسطنبول بتركيا، وفي جزر الكناري التي تعد من أهم مناطق السياحة للألمان[3].

(1) Ibid
(2) www.bild.de. (the newpaper website)
(3) Ibid.

وعندما صدرت هذه الصحيفة جاءت مقلدة لصحيفة الديلي ميرور البريطانية Daily Mirror وهي صحيفة على نظام البرودشيت (المقاس الكامل)، ولكنه تعد صحيفة تابلويد في المضمون، لأنها صحيفة إثارة من الدرجة الأولى، وهي حاليا تشبه صحيفة الصن البريطانية The Sun في مضمونها. وعلى سبيل المثال، تنتهج هذه الصحيفة الألمانية نهج صحيفة الصن في نشها لفتيات عاريات، وبينما تنشر الصن صورة لفتاة عارية على الصفحة الثالثة، ولهذا سمي هؤلاء الفتيات "فتيات الصفحة الثالثة" Third–Page Girls، لكن صحيفة بيلد تنشر هذه الصورة العارية على الصفحة الأولى، ولكنها في النصف الأسفل من الصفحة، حيث يمكن أن لا تظهر عندما توضع على ساتاندات التوزيع. وإضافة إلى لغة الإغراء المتمثلة في الجنس والمرأة تهتم الصحيفة بالجريمة والعنف، والإثارة السياسية، وحتى اختلافات الأخبار المفبركة، بهدف زيادة مقروئيتها بين الناس[1].

وعلى الصعيد السياسي تشارك صحيفة بلد في الحياة العامة بكل قوة حيث كانت الصحيفة تطلق على ألمانيا الشرقية بأنها أراضي محتلة من الإتحاد السوفيتي سابقا. كما أن هذه الصحيفة لها تأثيرها الكبير على الرأي العام، حيث ساهمت على تأجيجه خلال أحداث المظاهرات التي اجتاحت أوروبا في نهاية الستينيات الميلادية من القرن العشرين. كما أن صحيفة بلد قد نشت عنوانا رئيسا بعد اختيار بابا الفاتيكان الألماني بنديكته تحت عنوان "نحن البابا" we are the pope [2]. وعلى الرغم من اتجاهها العام وميلها نحو الفكر السياسي المحافظ، إلا أنه في السنوات الأخيرة أخذت نهج الوسط من بين السياسات الألمانية.

(1) http://en.wikipedis.org/wiki/bild-zeitung
(2) Ibid.

الصحافة اليابانية:

- **صحيفة يوميوري:**

صحيفة يوميوري شمبون Yomiuri هي الصحيفة الأولى في العالم من حيث أرقام التوزيع، وهي صحيفة يابانية توزع أكثر من أربعة عشر مليون نسخة يوميا من مراكزها في طوكيو، أوساكا، فوكوياما ومن مدن أخرى في الجزر اليابانية. وقد تأسست هذه الصحيفة عام 1874م، من مؤسسة صحافية تسمى نسشوشا، وكانت صحيفة صغيرة ليست ذات قيمة في حينها. ولكن بعد أن اعتلى كرسي إدارتها ماتسوتارو عام 1924م – بعد ان دمرها الزلزال الكبير عام 1923م – حولها إلى صحيفة إثارة، وطرح من خلالها أربع صفحات عن برامج الإذاعة. كما ارتبطت هذه الصحيفة بتأسيس أول فريق بيسبول في اليابان، وحمل اسم هذه الصحيفة[1]. وقد تطور العمل المطبوع ليوميوري إلى الإذاعة عام 1951م ثم إلى التلفزيون عام 1953م، وتمتلك حالياً شبكة تلفزيون اليابان، والذي تمتد إلى أكثر من ثلاثين محطة تلفزيونية، بما فيها محطة تلفزيون إخبارية على مدار الأربع والعشرين ساعة. وفي العام 1955م أطلقت الصحيفة طبعتها باللغة الإنجليزية، والتي تتوجه إلى الأجانب الذين يعيشون في اليابان، وتقدر نسبتهم من مجمل قرائها 72٪[2].

وعلى مستوى الصحيفة، فيوجد 300 مكتباً لها داخل اليابان، إضافة إلى حوالي 30 مكتباً ومراسلاً في الخارج، وقد ارتبطت بشراكات مع صحف عالمية، من بينها صحيفة التايمز اللندنية حيث توزع يوميوري ملحقا باسم التايمز من الأخبار والتعليقات والمقالات، يعكس الرؤية الأوروبية[3]. ويزيد عدد الكادر التحريري

(1) http://www.docoja.com/cgi-bin/keywordj?polg+newspaper+dico/polgifg
(2) http://www.ketupa.net/yomiuri.htm#introduction
(3) www.editorsweblog.org/print_newspapers/2004/03/the_yomiuri_shimbun_and_the_times_announ.php

عن أربعة آلاف محرر، وهذا يعادل أربعة أضعاف الكادر التحريري للنيويورك تايمز[1].

وتشير آخر الإحصائيات عن توزيع صحيفة يوميوري أن الطبعات الصباحية تبلغ حوالي عشرة ملايين نسخة، بينما الطبعات المسائية تصل إلى حوالي الأربعة ملايين نسخ. وتقدر الصحيفة أن نسبة مقروئة الصحيفة تزيد على 26 مليون قارئ، بحكم أن التوزيع المنزلي لاشتراكات الصحيفة يفرض قراءة مشتركة لأكثر من شخص واحد[2].

صحيفة أساهي:

تعد صحيفة أساهي Asahi ثاني أكبر صحيفة في اليابان وفي العالم من حيث أرقام التوزيع اليومية حيث توزع أكثر من 12 مليون نسخة من طبعاتها الصباحية والمسائية. وقد تأسست هذه الصحيفة من إحدى المدن الكبرى في اليابان – أوساكا – عام 1879م، على شكل أربع صفحات وبتوزيع وصل إلى 3000 نسخة. وبعد حوالي تسع سنوات صدرت صحيفة طوكيو أساهي شمبون من العاصمة اليابانية. وفي عام 1908م اندمجت كلا الصحيفتين من طوكيو وأوساكا في شركة واحدة.

تتميز صحيفة أساهي بأرشيفها الواسع، الذي اشتمل على أعدادها القديمة، ويوجد هذا الأرشيف على شكل ثلاث مخرجات: CD، مايكروفيلم، ومطبوعات ورقية مضغوطة لهذه الأعداد. كما يشتمل أرشيفها الموجود في بعض المكتبات العالمية على مؤشرات بالعناوين الرئيسة والفرعية لكل ما نشر فيها منذ عام 1945م إلى عام 1999م. كما توجد الأعداد من عام 1984م في قاعدة بيانات لكزيس نيكسس الأمريكية ذات البحث الأكاديمي.

(1) http://www.time.com/time/magazine/printout/0,8816,921337,00.html
(2) http://adv.yomiuri.co.jp/m-data/english/02yomiuri_a.html

الأرقام العالمية في توزيع الصحف:

اشارت أرقام التوزيع خلال العقد الأخير من القرن العشرين والسنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين الى أن كثيراً من الصحف في العالم قد انخفضت أرقام توزيعها. وأشارت دراسات الى انخفاض توزيع الصحف في أوروبا بنسبة 12٪ خلال الفترة من 1995م الى 2004م، وكان الانخفاض في الولايات المتحدة وكندا يتراوح بين 6 – 7٪، اما في الأسواق الآسيوية فلم تشهد أي انخفاض، ولكن بعض الدراسات أشارت الى تنامي توزيع الصحف في تلك المناطق[1].

وتشير إحصائيات الجمعية الدولية للصحافة[2] World Association Newspapers إلى ان في هذا العالم حوالي 439 مليون يشترون صحيفة من الصحف اليومية يومياً، اما على مستوى عدد قراء الصحف في العالم فتزيد نسبة القراء عن مليار قارئ، بحكم أن النسخة الواحدة يقرأها أكثر من شخص واحد. كما تشير هذه الإحصائيات إلى أن أكبر أسواق للصحف في العالم تتواجد في القارة الآسيوية، يتصدر الصين قمة هذا الهرم العالمي. ويوضح الجدول (1) هذه الأرقام:

أكبر خمسة أسواق في توزيع الصحافة في العالم[+]

م	الأسواق	إجمالي أرقام التوزيع بالمليون
1	الصين	96.6
2	الهند	78.7
3	اليابان	69.7
4	الولايات المتحدة	53.3
5	المانيا	21.5

(1) Trends in Newsrooms 2006, p 39
(2) World Association Newspapers, www.wan-press.org, June, 2006.

◆ عام 2005م:

وتشير إحصائيات عن أكبر مائة صحيفة في العالم بحسب أرقام التوزيع إلى أن أعلى خمس صحف في العالم هي صحف يابانية، حيث تحتل هذه الصحف المراتب الخمس الأولى في أرقام التوزيع، كما سبع من العشر الصحف الأكثر توزيعا في العالم هي صحف يابانية. وقد تصدرت صحيفة يوريبيموري اليابانية صحف العالم في أرقام توزيعها، حيث وصلت النسخ المطبوعة يومياً من هذه الصحيفة أكثر من أربعة عشر مليون نسخة، وتلتها صحيفة أساهي اليابانية. كما أن تسعة من العشر صحف الأولى توزيعياً هي صحف من آسيا، وقد دخلت صحيفة بليد الألمانية من بين العشر الأولى بتوزيع يومي يقدر 3.9 مليون نسخة. وقد احتلت صحيفة الصن البريطانية المرتبة الحادية عشر، بينما احتلت صحيفة يو إس أي تودي المرتبة الثالثة عشر من أعلى الصحف توزيعا في العالم. ودخلت صحف أخرى إلى قائمة أكبر مائة صحيفة، حيث جاءت صحيفة داينيك جاجران الهندية في المرتبة العشرين، وصحيفة كورنن زيتنج النمساوية في المرتبة الخامسة والأربعين، وصحيفة كومويومولوسكيا برافدا الروسية في المرتبة الثالثة والستين، وصحيفة وست فرانس الفرنسية في المرتبة السابعة والستين، وصحيفة جانج الباكستانية في المرتبة التاسعة والستين، وصحيفة كورير ديلا سيلا الإيطالية في المرتبة الرابعة والثمانين. ولم تظهر بين قائمة أكبر صحف العالم توزيعا من الصحف العربية إلا صحيفة الأهرام، حيث احتلت المرتبة السابعة والخمسين، وتوزيع يومي يقدر بحوالي 900 الف نسخة.

م	الصحيفة باللغة العربية	الصحيفة باللغة الانجليزية	الدولة	التوزيع
1	يوميوري	Yomiuri Shimbun	اليابان	14,067
2	اساهي	The Asahi Shimbun	اليابان	12,121
3	ما إنتشي	Mainichi Shimbun	اليابان	5,587
4	نيهون كيزاي	Nihon Keizai Shimbun	اليابان	4,635
5	تشونتشي	Chunichi Shimbun	اليابان	4,512
6	بلد	Bild	المانيا	3,867
7	سانكي	Sankei Shimbun	اليابان	2,757
8	كاناكو زيوكس	Canako Xiaoxi (Beijing)	الصين	2,627
9	بيبل	People's Daily	الصين	2,509
10	طوكيو سبورت	Tokyo Sports	اليابان	2,425
11	الصن	The Sun	المملكة المتحدة	2,419
12	تشوزن إيو	The Chosun Ilbo	كوريا الجنوبية	2,378
13	يو إس أي تودي	USA Today	الولايات المتحدة الامريكية	2,310
14	وول ستريت جورنال	The Wall Street Journal	الولايات المتحدة الامريكية	2,107
15	الديلي ميل	Daily Mail	المملكة المتحدة	2,093
16	جونجاج إيو	The Joongang Ilbo	كوريا الجنوبية	2,084
17	دونجا إيو	The Dong-A Ilbo	كوريا الجنوبية	2,052
18	نكان سبورتس	Nikkan Sports	اليابان	1,965
19	هوكايدو	Hokkaido Shimbun	اليابان	1,922
20	دانيك جيجران	Dainik Jagran	الهند	1,911

◆ عام 2005م:

أما على صعيد الولايات المتحدة، وهي التي تنتج أهم صحف العالم من ناحية التأثير، ومن ناحية الأداء المهني، فمنذ بداية الأربعينيات وإلى السبعينيات الميلادية من القرن العشرين استمرت أرقام توزيع الصحف في تنامي نتيجة مباشرة للنمو السكاني في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن بمقارنة خلال الخمسين عام الماضية، تشير الإحصائيات إلى أن عدد السكان في الولايات المتحدة قد ارتفع خلال هذه الفترة بزيادة تقدر بثمانين مليون نسمة، ولكن بعد خمسين عام عادت أرقام التوزيع – بعد نمو خلال العقود الماضية – إلى نفس أرقام توزيع الصحف قبل خمسين عاما. وهذا يشير إلى أن النمو في عدد السكان لم يواكبه نمو في أرقام توزيع الصحف كما هو متوقع. وقد وصلت أعلى نسبة من توزيع الصحف اليومية في الولايات المتحدة ذروتها عام 1984م[1] بالوصول إلى حوالي 64 مليون نسخة يوميا، ولكن منذ ذلك التاريخ بدأ العد التنازلي في الانخفاض إلى أن وصل إلى حوالي الخمسين مليونا خلال فترة السنوات الماضية.

ويبين الجدول (2) أكثر عشرين صحيفة أمريكية توزيعاً، حيث احتلت صحيفة يو إس أي تودي المرتبة الأولى بين الصحف الأمريكية بحوالي مليونين وخمسمائة ألف نسخة يوميا. تلتها الصحيفة الاقتصادية الأولى في العالم وول ستريت جورنال، ثم صحيفة النيويورك تايمز ولوس أنجلس تايمز وواشنطن بوست. ويلاحظ في الجدول أربع صحف فقط في الولايات المتحدة الأمريكية هي التي توزع أكثر من مليون نسخة يوميا. كما تشير إحصائيات أخرى أن الصحيفة رقم مائة في قائمة الصحف الأمريكية – صحيفة سبوكسمان ريفيو (من ولاية واشنطن) توزع 120 ألف نسخة يومياً.

(1) Morton, John, "Spreading the News: As Circulation Dwindles, Newspaers Turn to New Products to Court Readers", American Journlaism Review:27:4, Augest-September 2005.

م	الصحيفة باللغة العربية	الصحيفة باللغة الانجليزية	التوزيع
1	يو اس ايه تودي	USA Today	2,281,831
2	وول ستريت	Wall Street	2,070,498
3	نيويورك تايمز	New York Times	1,121,623
4	لوس انجلس تايمز	Los Angeles Times	907,997
5	واشنطن بوست	Washington Pos	740,947
6	نيويورك ديلي نيوز	The New York Daily news	708,773
7	نيويورك بوست	New York Post	643,086
8	شيكاغو تريبون	Chicago Tribune	565,679
9	هيوستن كرونكل	Houston Chronicle	527,744
10	دلاس مورنيغ نيوز	Dallas Morning News	477,493
11	سان فرانسيسكو كرونيكل	San Francisco Chronicle	468,739
12	نيوز دي	Melville Newsday	459,305
13	اريزونا ريبلك	The Arizona Republic	452,016
14	شيكاغو صن تايمز	Chicago Sun-Times	432,230
15	بوسطن جلوب	The Boston Globe	429,552
16	اتلانتا جورنال كونستتشيوشن	The Atlanta Journal-Constitution	396,888
17	ستار ليدجر	– The Star-Ledger	382,055
18	ميناپوس ستار تريبون	Minneapolis Star Tribune	378,316
19	ديترويت فري برس	1Detroit Free Press	370,875
20	فلادلفيا انكوايرر	Philadelphia Inquirer	364,974

◆ **عام 2006م:**

ومن الملاحظ أنه على الرغم من الانخفاض في أرقام توزيع الصحف الأمريكية خلال عقد في نهاية الثمانينيات والتسعينيات الميلادية إلا أن هذه الصحف والمجلات لم تتمكن من استقطاب أي شرائح جديدة، وخاصة الشرائح من الجيل الجديد من القراء، ولم تستطع أن تولد لديه ما يمكن وصفه بـ "عادة القراءة"، ويضاف الى هذا السبب أن المهاجرين الجدد وبعض أفراد الطبقة الوسطى

لم تصل الصحف الى النجاح في استقطابهم.. رغم محاولات بعض الصحف في استقطاب الأمريكيين من ذوي الأصول الإسبانية على سبيل المثال. ومما يفاقم هذه المشكلة هو أن نسبة من القراء الجدد من الشرائح الشبابية توقفوا عن قراءة الصحف اليومية. وعلى الرغم من هذا الانخفاض في أرقام توزيع الصحف، إلا أن إيرادات الصحف لا تزال متنامية خلال هذه الفترة الى بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، وخاصة في الصحف الوطنية والإقليمية الكبرى[1].

وفي إطار الأعداد الإجمالية لأعداد الصحف اليومية، شهدت العقود الماضية تناقصاً مستمراً، الى أن وصلت في الوقت الراهن الى 1453 صحيفة يومية، حيث اختفت بعض هذه الصحف، او اندمجت بعضها في صحف أخرى أكبر. وقد كانت أعداد الصحف اليومية 1772 صحيفة في عام 1950م، ومنذ ذلك التاريخ بدأ تقلص أعداد الصحف تدرجيا إلى 1748 صحيفة عام 1970م، ثم وصلت عام 1990م إلى 1611 صحيفة، وفي عام 2000م وصلت إلى 1480 صحيفة، واخيرا في عام 2004م وصلت إلى صحيفة 1457. ولا شك أن هذا النقص في أعداد الصحف جاء على حساب الصحف المسائية، حيث انخفضت أعدادها من 1450 صحيفة مسائية عام 1950م إلى ان أصبحت 653 صحيفة مسائية عام 2004م، اي بنسبة انخفاض تقدر بحوالي 55٪، وفي المقابل فقد ارتفعت أعداد الصحف الصباحية خلال نفس الفترة إلى 250٪، اي ان الاتجاه هو نحو الصحف الصباحية في الصحافة الأمريكية[2].

وتشير الإحصائيات إلى أن الإيرادات التي تجنيها الصحف من المبيعات اليومية تصل إلى حوالي 20٪ فقط من مجمل الدخل العام للصحف، ونتيجة لانخفاض هذه الإيرادات خلال السنوات الماضية، قامت بعض الصحف بزيادة سعر صحفها لتغطية هذا الانخفاض. وعلى الرغم من ذلك فلم تستطع الصحف أن

(1) The state of news media: An annual report on American journalism, Journalism. Org.
(2) Newspapers Association of America, www.naa.org

تغطي الانخفاض بزيادة سعر نسخ الصحيفة، حيث وصلت النسبة العامة لانخفاض دخل المبيعات التوزيعية عام 2006م إلى حوالي 3٪.

وفي المملكة المتحدة، تصل أعداد الصحف هناك عن 1600 صحيفة وطنية وإقليمية، حيث تصل الوطنية إلى 21 صحيفة يومية و 89 صحيفة يومية إقليمية و1500 صحيفة محلية أسبوعية وتبيع هذه الصحف ما يزيد عن 200 مليون نسخة أسبوعيا. وإذا قورنت أعداد الصحف المطبوعة في بريطانيا مع نظيراتها في دولة أوروبية مثل فرنسا، نجد أن القراء البريطانيين هم حوالي ثلاثة أضعاف القراء الفرنسيين. ويمكن تقسيم الصحف البريطانية إلى قسمين حسب توجهاتها التحريرية، حيث توجد الصحف النوعية الجادة وصحف الإثارة والإغراء، والتي تسمى صحف التابلويد[1]. وبينما تأتي الصحف الجادة في شكل صحف كاملة broadsheet تأتي صحف الإثارة في شكل التابلويد tabloid واستمرت هذه الظاهرة إلى السنوات الأخيرة، حيث اتجهت كثير من الصحف الجادة إلى تصغير مقاساته، لتصل إلى مقاس وسطي بين الصحيفة الكاملة والصحفية النصفية. ودخلت صحف كبيرة وذات تاريخ طويل في الصحافة البريطانية في نظام المقاسات الصغيرة، كما تحولت تبوياتها التحريرية لتواكب الاتجاهات التي سيطرت على الصحافة العالمية في تبويبات متجهة إلى السوق الشعبية، والاهتمامات الجماهيرية العامة.

ومن الاختلافات الظاهرة بين الصحافة الأمريكية والصحافة البريطانية، أن البريطانية لها تقاليدها، ومن تلك أن الطبقات الاجتماعية في المجتمع البريطاني تشكل أسواقاً مؤثرة على سوق الصحافة، حيث من المعروف أن صحيفة التايمز هي صحيفة نخبوية، وأن صحيفة الصن هي صحيفة تتوجه للطبقة العاملة. وفي المقابل فإن هذه الظاهرة الطبقية ليست مؤثرة على تقسيمات أسوق الصحف في الولايات المتحدة[2]. وعلى الرغم من ذلك فقد خشي كثير من النقاد

(1) Niblock, Sarah, Inside Journalism, Blueprint: London, 1996.
2 Pasadeos, Yorgo and Paula Renfro, "An Appraisal of Murdoch and the U.S. Daily Press", Newspaper Research Journal: 19: 1-2, 1997. p.33

من ظاهرة موردوك في أن تؤثر طبقيا على المجتمع الأمريكي بعد دخوله في عدد من المشروعات الإعلامية، حيث وصفه بعض النقاد بأنه خطر على المجتمع الأمريكي[1]. كما أن هناك اختلافا آخر بين الصحافيتين البريطانية والأمريكية فيما يتعلق بطريقة التمويل الناجحة، حيث من المعروف أن الصحافة البريطانية تعتمد كثيرا على حجم مبيعاتها في السوق، بينما تعتمد الصحافة الأمريكية على بشكل أساسي على ما يصلها من إيرادات عبر بوابة الإعلان[2].

ويمكن التأكيد هنا على أن أحد الاختلافات الأخرى بين المدرستين الأمريكية والأوروبية وخاصة البريطانية تكمن في شكل الصحيفة، حيث تلعب صحف التابلويد دورا مهما في الصحافة الأوروبية، وهي ليست ميزات في الصحافة الأمريكية أو الكندية، فبينما يوجد عدد محدود من صحف التابلويد في الصحافة الأمريكية مثل ناشونال إنكويرر National Inquirer وصحيفة جلوب Globe وصحيفة ويكلي ورلد نيوز The Weekly World News ولا تؤخذ مثل هذه الصحف على محمل الجد لدى القارئ في أمريكا الشمالية[3]. وفي المقابل فإن صحف التابلويد في أوروبا تمثل محور ارتكاز مهم لدى الرأي العام، وهي تحظى بثقته في المتابعة والمصداقية.

منذ أن دخل الملياردير الأسترالي الأصل روبرت موردوك الساحة الإعلامية في بريطانيا وفي الولايات المتحدة في السبعينيات الميلادية من القرن العشرين، جاء بمنهجية جديدة تعتمد على الإثارة والإغراء في مضامين وسائل الإعلام. وقد ذكرت مجلة نيشن Nation أن الأدوات السحرية التي يمتلكها موردوك تتمثل في رباعية S، وهي العناوين المخيفة scare headlines الجنس sex والفضائح scandal والإثارة sensation[4]. ومن أشهر صفقات الإثارة لموردوك شرائه

(1) Kirkland, Richard and Owen Kinkcad, "Rupert Murdock's Motley Empire", Fortune, February 20, 1984, p. 242.
(2) Pasadeos, مرجع سابق
(3) Osterer, Irv, "The Tabloids! It must be True,. We Saw It In", Arts & Activities: 140:2, October 2006.
(4) Press Lord of Mass Ignorance, The Nation, May 24, 1980, p. 617.

لصحيفة الصن البريطانية Sun عام 1970م، وكانت صحيفة في شكل الصحف الجادة، وكانت توشك أن تفلس، وحولها إلى صحيفة تابلويد، وأضاف اليها الصفحة الشهيرة رقم (3) والتي هي عبارة عن صورة عارية لإحدى جميلات الإغراء، وبفضل ذلك استطاع أن يقفز بهذه الصحيفة من توزيع بالكاد كان يصل إلى حوالي 700 الف نسخة إلى أكثر من أربعة ملايين نسخة يوميا في كثير من الفترات خلال السنوات الماضية.

الفصل الثامن

الصحافة العربية

الفصل الثامن

الصحافة العربية

المطلب الأول: الصحافة العربية في مرحلة الاستعمار العثماني:

سمات الصحافة العربية منذ ظهورها وحتى الحرب العالمية الأولى:

1. السلطة التركية أصدرت الصحف الأولى التي ظهرت في أكثر الولايات.
2. هدفت هذه الصحف خدمة مصالح السلطة ونشر أوامرها وقراراتها وترويج سياساتها وترسيخ وجودها.
3. تميزت بطابعها الجاف والبيروقراطي.
4. لم تكن تلك الصحف شعبية أو جماهيرية. كما كانت النظرة إليها سلبية.
5. تأثيرها كفعالة اتصالية كان محدوداً جداً.

فيما بعد سمحت السلطات التركية لمواطنين عرب بإصدار صحف خاصة في اسطنبول أولاً، ثم في عواصم الولايات العربية.

اهم مميزات الصحف الأهلية (الخاصة او الوطنية):

1) ظهورها في مرحلة حساسة ومعقدة في التاريخ الفكري العربي فقد فتح العرب اعينهم بعد سبات استمر أربعة قرون، لتبهر أبصارهم حقيقة تقدم الغرب، وتخلفهم.
2) ظهرت هذه الصحافة في خضم المشروع العربي واستطاعت أن تعكس إلى حد بعيد مساراته وتوجهاته وهمومه.
3) الناشرون الأوائل لهذه الصحف هم غالباً أصحابها ومحررها استطاعوا التصدي لمهمة نشر الفكر القومي وتجديد اللغة العربية ما وتجديد الدين الإسلامي مما علق به خلال قرون أربعة.

4) ظهرت الصحف العربية الوطنية في مرحلة سعت فيها الدول الأوروبية للتدخل في شؤون الإمبراطورية العثمانية (الرجل المريض).

5) في مرحلة متقدمه – أواخر القرن التاسع عشر أوائل القرن العشرين، أصبحت الصحافة الوطنية العربية أكثر وضوحاً وتحديداً وبلغ هذا الوضوح ذورته إثر صدور دستور 1908.

6) غدت هذه الصحافة واحدة من الحقائق الهامة، التي فرضت نفسها كفعالية مؤثرات في الجوانب السياسية والاجتماعية والفكرية والروحية والثقافية في الحياة العربية في تلك الفترة.

7) أعدم العديد من رواد هذه الصحافة في زمن (جمال باشا السفاح) مثل (العريسي والمسلي وطيارة وغيرهم). جراء مواقفهم الوطنية ونضالهم السياسي وتقدمهم لقيادة الحياة السياسية.

8) عرف العرب الطباعة منذ عام 1702. لكنهم لم يعرفوا الصحافة إلا بعد مرور أكثر منن قرن فقد أصدر نابليون في بداية حملته على مصر أول صحفية على الأرض العربية – التبنية عام 1800، وفيما بعد أصدر محمد علي باشا ثاني صحيفة – الوقائع المصرية عام 1828 عاماً أصدر الفرنسيون في الجزائر الصحيفة الثالثة – المبّشر عام 1847.

9) كان أول عربي يصدر صحيفة عربية هو زرق الله حسون، الذي أصدر في اسطنبول صحيفة- مرآة الأحوال عام 1855.

10) أول صحيفة يصدرها عربي في بلد غربي هي – حديقة الأخبار..... وقد أصدرها خليل الخوري في بيروت عام 1858 وبعدها تتابع صدور الصحف الوطنية العربية.

11) تأخر ظهور الصحافة العربية – بالرغم من وجود الطباعة يعود أساساً إلى انتفاء الحاجة الاجتماعية لها.

12) السمة المميزة للصحافة العربية الوطنية في تلك المرحلة هي طابعها الفكري وكون المقال هو النوع الصحفي السائد فيها.

13) عالجت هذه الصحافة القضايا الفكرية والظواهر والاتجاهات الراهنة.

14) تميزت تلك الصحف بطابعها النخبوي. فقد كانت موجهة إلى النخبة المتعلمة والمثقفة والمسيسة بسبب انتشار الأمية وغياب المشاركة الجماهيرية الواسعة في الحياة السياسية أو الفكرية في البلدان العربية.

15) تعرضت الصحف الوطنية العربية في مرحلة الاستعمار العثماني إلى قوانين تشرد ذات طابع قمعي شرس.

16) صدرت هذه الصحف أما اللغة العربية أو باللغتين العربية والتركية.

17) في البداية كانت اللغة العربية المستخدمة غير مناسبة للفن الصحفي وغير متكيّفة مع متطلبات التحرير الصحفي.

18) في مرحلة متقدمة، تطورت أساليب الكتابة والتحرير في هذه الصحف ودخول وتعريب المصطلحات وتبسيط الأساليب ما ساهم في تطوير اللغة العربية وتلخيصها من أثقال علقت بها وصولاً إلى أسلوب صحفي تتناسب مع خصوصية العمل الصحفي.

19) تمتعت الصحف الوطنية العربية في مرحلة الاستعمار العثماني بنظرة إيجابية من قبل الجمهور.

20) واجهت الصحافة الوطنية العربية (1850 – 1914) المصير ذاته الذي واجه المشروع النهضوي. لكنها استطاعت أن تمتلك خبرة غنية وأن تتضح لتتواجد بقوة على أرض صلبة منذ الأيام الأولى نهاية الحرب العالمية الأولى ونزوع أما الاستقلال وقيام الدولة العربية المستقلة..

المطلب الثاني: الصحافة العربية في فترة الاستعمار الأوروبي:

ابرز سمات الصحافة العربية في هذه الفترة:

عبّرت الصحافة في تلك الفترة عن الأوضاع والاتجاهات السياسية والاجتماعية والثقافية السائدة في الدول العربية وبالرغم من وجود تمايز في أوضاع تلك الدول إلا أن هناك سمات عامة للصحافة العربية أبرزها:

1. وُجدت صحافة موالية للسلطة المحتلة، تقدم لها الدعم المادي والتقني والسياسي، وكانت مهمتها الأساسية نشر وترويج السياسات الاستعمارية والدفاع عنها ومهاجمة معارضيها. وقد تميزت هذه الصحافة (بالقوة المادية) والطابع الدعائي الهجومي.
2. صحف خاصة (أهلية وطنية) ويمكن تسميتها حزبية، ناطقة باسم قوى وجهات محلية (أحزاب او تجمعات) سياسية او اقتصادية أو اجتماعية أو دينية.
3. شهدت تلك المرحلة تزايد قوة الصحافة الحزبية المسيسة واستطاعت هذه الصحف أن تعكس مواقف وسياسات القوى التي اصدرتها.
4. ظهور الكادر الصحفي على أن يعبر عن سياسة معينة.
5. جسدت الصحف الوطنية الخريطة السياسية في كل دولة عربية وعبرت عن تنوع القوى الوطنية وكانت أداة فعالة في مجمل عملية النضال الوطني وأدت بعد اجتياز طريق طويلة إلى تحقيق الاستقلال.
6. وجدت الصحافة وطنية يمتلكها أفراد، ويمكن التمييز بين نوعين من هؤلاء الأفراد.

أ. نوع يضم رجالات (سياسية – ثقافية –....) يسعون إلى نشر وترويج رؤى وأفكار من خلال الصحافة وإلى حشد رأي عام حولها.

ب. نوع من الأفراد المغامرين وكان هدفهم الربح المادي، حيث كانوا تابعين لجهة ما تمولهم (جزئياً – أو كلياً). وقد شهدت صحف هؤلاء انتشاراً في

الأوساط الأقل جدية وتعليم) بسبب الطابع الحضيف لهذه الصحف واعتمدت تلك الصحف على الإثارة.

7. بقيت موضوعات المشروع النهضوي العربي متواجدة في الصحافة العربية في فترة الاستعمار الأوروبي المباشر.
8. انتقلت الصحافة العربية للاهتمام أكثر بالأحداث والقضايا الراهنة وبعض الصحف أخذت طابع إخباري. وأخذت الصحف تركز أكثر على الواقع الملموس وعلى السياسات التي توضح لمعالجة هذا الواقع بقصد تغييره اتجاه محدد.
9. اقتربت الصحافة العربية في مرحلة الاستعمار الأوروبي من مفهوم الصحافة المعاصرة. وأصبحت الصحيفة العربية تسعى لامتلاك شخصية تحريرية وإخراجية ويزداد قربها من الشخصية الحديثة للصحيفة الأوروبية.
10. ازداد الطابع الإخباري للصحافة العربية ولم يعد المقال، كنوع إعلامي مستقل هو الوحيد المهيمن. وصار الخبر الصحفي بأنواعه المختلفة يحتل المكان الأول ويجذب الشرائح الأوسع من القراء.
11. احجمت البرجوازية العربية الناشئة عن توظيف استثماراتها في مجال الصحافة (باستثناء مصر نسبياً).
12. استمر الطابع النخبوي للصحافة وكانت الصحافة موجهة أساساً للنخب الواعية المثقفة المتواجدة في العاصمة والمدن الكبرى جراء محدودية انتشار التعليم العزلة المفروضة على الريف.
13. عرفت التشريعات الصحفية وجوداً ملموساً في تلك الفترة وكانت سماتها العامة عدم تمكين الصحافة العربية في التحول إلى قوة فاعلة بيد الحركة الوطنية. لكن يعكس تشدد قوانين المطبوعات التي أصدرتها سلطات الاحتلال تعاظم قوة الحركة الوطنية المعادية للاستعمار وتزايد قوة الدور الذي أخذت تلعبه الصحافة في أوساط الشرائح المتعلمة والمثقفة والمسيسة في المجتمع العربي.

14. شهدت تلك الفترة أيضاً بداية التنظيمات النقابية الصحفية التي تضم أصحاب الصحف، أو الصحفيين العاملين في تلك الصحف فقط.
15. بقي الاتصال الشفهي (المواجهي – المباشر) هو شكل الاتصال الأكثر انتشاراً وتأثيراً، جراء ضعف الصحافة النسبي ومحدودية توزيعها وتمركزها في العواصم والمدن الكبرى وتفاوت درجة مصداقيتها والتبدلات المستمرة الحاصلة ولم تصبح الصحافة هي مصدر الإعلام أو التوجيه أو التأثير الأقوى والأكثر فعالية.
16. بالرغم من ظهور الإذاعة في أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين وتحولها إلى وسيلة اتصال متحيزة في العقد الثاني من القرن العشرين إلا سلطات الاحتلال سخرتها لخدمة مصالحها وقد انشأتها وسيطرت عليها وكانت محدودة التأثير، ما جعل الصحافة هي السائدة في فترة الاحتلال الأوروبي.

المطلب الثالث: الصحافة العربية في المرحلة الراهنة (بعد الاستقلال):

استقلت الأقطار العربية بدءاً من أواسط العقد الرابع وحتى أواسط العقد السادس من القرن العشرين.

السمات العامة للصحافة العربية:

1. ملكية الصحافة: ولها أشكال ثلاثة: إما ملكية خاصة أو ملكية مختلطة أو ملكية عامة.
2. ارتفاع مستوى القاعدة التقنية (طباعة، تنضيد، تصدير...) للصحافة العربية.
3. تمتعت الصحافة العربية بقدر من القوة المادية مكنها من الاستمرارية.
4. اقتربت الصحف العربية من مفهوم الصحيفة المعاصرة وازداد الطابع الإخباري لهذه الصحف وازداد عدد صفحاتها، وتم تنظيم عمل التحرير فيها بطرية أكثر عصرية وظهرت الأقسام المختلفة في التحرير وتحقق قدر من الاختصاص في النشاط الصحفي، كما تطورت أساليب الإخراج والتحرير

وتوفرت شروط عديدة ما جعل الصحافة العربية أكثر قدرة على إشباع الحاجات الإعلامية للقارئ المعاصر.

5. شهد الكادر البشري العامل في الصحافة تطوراً كمياً ونوعياً وترسخ مفهوم (جهاز التحرير). وشهدت الصحافة العربية مقداراً تزايداً من التخصص في العمل. وارتفع مستوى الكادر الصحفي جراء ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي والخبرة الاتصالية للقارئ، ما أدى لضرورة الاستجابة لهذه الحاجات الموضوعية والبحث عن طرق تأهيل الكادر الصحفي ليستجيب لتلك الحاجات.
6. ظهور مفهوم " المنظومة الصحفية" متخصصة على أساس الموضوع مثل الصحافة الثقافية والاقتصادية والرياضية، أو على أساس الجمهور المستهدف (عمال – طلابيه شبيبة – اطفال..الخ) أو حسب المستوى (جماهيرية – متخصصة) أو دورية (يومية – اسبوعية –شهرية، فصلية).
7. ظهرت القوة الاقتصادية للإعلان (الرسمي والخاص) وتحول إلى مصدر رئيسي للدخل، واحتل نسبة هامة من الصفحات تتراوح حسب بعض الخبراء ما بين 30٪ إلى 60٪. وغالباً ما تم هذه التوسع على حساب المادة التحريرية.
8. لم تستطع الصحافة العربية أن تحقق الانتشار المطلوب وبقيت إلى حد ما نخبوية تتوجه أساساً إلى النخبة المتمركزة في العاصمة والمدن الكبرى. ولم يظهر القارئ الدائم ولم تتحول قراءة الصحف إن عادة يومية. وبقيت أرقام توزيع الصحف العربية دون الحد الأدنى الذي حددته منظمة اليونيسكو.
9. نلاحظ تنوع التشريعات الصحفية (قوانين المطبوعات) في الدول العربية وأصبحت إجراءات الرقابية قليلة أو نادرة).
10. لا تتمتع الصحافة العربية عموماً بالمصداقية المطلوبة. والقارئ العربي لا يتعامل دائماً كفعالية اتصالية مستقلة. ومازال الإعلام الشفهي فاعلاً ومؤثراً في الوطن العربي.

المطلب الرابع – جوانب رئيسية للصحافة العربية:

1. المهنة.
2. التنظيمات الصحفية.
3. التشريعات الصحفية.
4. الملكية.
5. الوظيفية.
6. صناعة الصحافة.
7. البحوث العلمية في مجال الصحافة.
8. الكادر الصحفي.
9. ملامح الخطاب العربي.

1) المهنة:

أ) أدى ارتباط ظهور الصحف الأولى بالسلطة الاستعمارية إلى وجود موقف شعبي سلبي من الصحافة عموماً.

ب) لعبت الصحافة الأهلية (الوطنية الخاصة) في فترة الاستعمار العثماني دوراً تنويراً هاماً.

ج) كان دور الصحافة في فترة الاستعمار الأوروبي (الصحافة الوطنية) محدوداً وكانت أقرب إلى فعالية نخبوية ثقافية.

د) في مرحلة ما بعد الاستقلال بدأت الصحافة يرسم دورها ويبرز الطابع الوظيفي لها رغم العوائق الذاتية والموضوعية. ولكنها بقيت محدودة التأثير كفعالية اتصالية. وبقيت الصحافة العربية بأشكالها كافة عاجزة عن مواكبة الآفاق السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي فتحها الاستقلال جراء عوامل موضوعية وذاتية عديدة.

2) التنظيمات الصحفية:

أ) مع رسوخ ظاهرة الصحافة برزت الحاجة لإيجاد أشكال تنظيمية مستقلة للعاملين في الصحافة وظهرت في البلدان العربية أشكال تنظيمية – نقابات واتحادات صحفية – وذلك في النصف الأول من القرن العشرين، وكانت متفاوتة القوة والنضج.

ب) ابتداء من العقد السادس من القرن العشرين ظهرت تنظيمات صحفية في معظم الأقطار العربية، كما ظهر تنظيم مهني على مستوى الوطن العربي (اتحاد الصحفيين العرب).

ج) استطاعت العديد من النقابات الصحفية العربية أن تحافظ على قدر من استقلاليتها وحيويتها وفعاليتها وأن تكون وفية لانطلاقتها الأول وأن تتواءم مع طموحات الصحفيين ومع الحاجات الموضوعية لتطور المهنة. لكن بعض النقابات الصحفية العربية لم تتمكن من لعب هذا الدور المناط بها جراء ظروف سياسية واقتصادية اجتماعية عديدة. ما أدى لفقدان طابعها الشعبي وضياع خصوصيتها وفعاليتها كمواقع من حقوق الصحفيين وحماية المهنة من الدخلاء عليها. ما أدى إلى انعزالها عن قاعدتها الاجتماعية.

3) التشريعات الصحفية:

أ) امتلكت الحقبة العثمانية ترسانة ضخمة من القوانين والتشريعات الصحفية الكفيلة بالسيطرة على الصحافة في مراحل العمل الصحفي كافة. (مراقبة ومصادرة وإيقاف وإلغاء رخص..الخ) وأيضاً بحق الصحفيين (سجن وتشريد وإعدام).

ب) في مرحلة الاستعمار الأوروبي، تنوعت القوانين الصحفية التي أصدرها المستعمر ولكن هدفها كان إحكام القبضة على الصحافة الوطنية وقمعها ومنعها من ان تتحول إلى قوة فاعلة مساندة للحركة الوطنية.

ج) كرست الدول العربية في دساتيرها (بعد الاستقلال) مبادئ حرية التعبير ومنها الصحافة، وأصدرت معظمها قوانين مطبوعات وتشريعات صحفية ذات مضمون عصري.

د) استفادت الصحافة في معظم الدول العربية من هذه القوانين والتشريعات كماً ونوعاً. لكن بقيت تلك القوانين والتشريعات عرضة للمصادرة وتحولت قوانين الصحافة في دول عديدة إلى ساحة أساسية للصراع بسبب قوة الصحافة ونقاباتها وخوف العديد من الحكومات من قوة وتأثير الصحافة.

(1) الملكية:

عرفت الصحافة العربية منذ ظهورها ثلاثة نماذج: الصحافة الرسمية والصحافة الخاصة — الفردية، والصحافة الخاصة — الحزبية.

أ. الصحافة الرسمية:

1) دشنها نابليون (1800) واستخدامها السلطة العثمانية في معظم ولاياتها كمنبر رسمي بمجمل تعليماتها وتوجيهاتها وأوامر وصدرت باللغتين العربية والتركية معاً أو بالتركية أو العربية. في عاصمة الإمبراطورية أولاً أو في عواصم الولايات في مرحلة لاحقة.

2) باستثناء الجزائر التي طبقت فيها فرنسا المستعمرة سياسة فرنسية لم تصدر الدول الاستعمارية الأوربية صحفاً رسمية تابعة لها مباشرة. بل سعت على إغراء صحف معينة، تعبر عن اتجاهات موالية وتقديم الدعم المادي والمعنوي لها، واستخدامها لنشر آرائها والترويج لوجهات نظرها، ومواجهة الصحف والتيارات الوطنية.

3) مع بدايات الاستقلال لم تحاول حكومات الاستقلال الوطني إصدار صحف رسمية ناطقة باسمها بل سمحت بإصدار الصحف المختلفة وعرفت كيف تتضمن ولاء بعض الصحف وتستخدمها للدفاع عن آرائها والتعبير عن

مواقفها وسياساتها وحافظ العديد من الأقطار العربية على هذه السياسة إلى الوقت الراهن.

4) تصدت حركة التحرر الوطني العربية وقواها التي وصلت إلى الحكم في العديد من الدول العربية لمهمة إنجاز تغييرات شاملة في مناحي الحياة كافة فأصبحت الصحافة وحصرت ملكية الصحف بالدولة. ثم عادت في مراحل لاحقة إلى السماح بإصدار صحف خاصة.

ب. الصحافة الخاصة:

1) سادت الملكية الخاصة في الدول العربية طوال العقود الستة الأولى في القرن العشرين. وأخذت هذه الملكية الخاصة شكل الملكية الفردية (وفي بعض الأحيان الأسرية).

2) نشأت الصحافة الأهلية بالقومية ابتداءاً من النصف الثاني في القرن التاسع عشر على أيدي أفراد الذين كانوا من رجالات المشروع النهضوي العربي في مجالاته ومساراته المختلفة، القومية والوطنية والدينية واللغوية والثقافية.

3) في فترة الاستعمار الأوروبي ظهرت الطبقة البرجوازية العربية لكنها بقيت تابعة للبرجوازية الأوروبية وترددت في الاتجاه نحو الإنتاج الفعلي الصناعي والزراعي واندفعت باتجاه الوكالات والسمسرة والصناعات الخفيفة والخدمات وقد أحجمت عن الاستثمار في مجال الصحافة لسببين أساسين: أولهما لم ترَ في الصحافة فعالية واعدة لإيجاد رأي عام وحشده وراء مشروع، هي لم تمتلكه أصلاً. وثانيهما أنها لم ترقي مجال الصحافة صناعتها مجالاً واعداً لتحقيق الأرباح بسبب ضيق السوق الوطنية، والتخلف الاقتصادي عموماً وهامشية الإعلان وضعف التوزيع بسبب انتشار الأمية والطابع النخبوي لإنتاج الخطاب الصحفي واستهلاكه.

4) هيمنت الملكية الخاصة الفردية على الصحافة الأهلية – الوطنية العربية طوال العقود الستة الأولى من القرن العشرين في بعض الأقطار، وحتى نهاية القرن في أقطار أخرى.

5) لم تظهر احتكارات أو مؤسسات صحفية ضخمة (مع ملاحظة بوادر لهذه الظاهرة في داخل الوطن العربي أو خارجه). وفي حين حققت الصحافة الرسمية في بعض البلدان شيئاً من ذلك (مؤسسة الأهرام في مصر) والسبب يعود هيمنة الخاصة الفردية على الصحافة العربية طوال القرن العشرين.

ج. الصحافة الحزبية:

1) لم تعرف الصحافة العربية في فترة الاستعمار العثماني الصحافة الحزبية بالمعنى الحديث. بالرغم من أن العديد من الصحف الوطنية التي صدرت في تلك الفترة كانت تعبر عن اتجاهات وطنية وقومية واجتماعية مختلفة.

2) ظهرت الصحافة الحزبية في فترة الاستعمار الأوروبي وتمتعت بقدر من القوة المادية والمعنوية مقارنة مع الصحافة الخاصة الفردية. ما جعلها تقاوم الإغراءات والضغوط وأكثر تقدماً في الأداء الصحفي لكنها بقيت أقرب إلى حزبيتها منها إلى مهنيتها وحققت قدراً من الحيوية والجماهيرية. لكنها لم تتمكن من أن تكون جذابة ومنفعة. فانحصر دورها في الغالب في أوساط جماهير أحزابها. ولم تتحول إلى صحافة وطنية جماهيرية.

3) مازالت الصحافة الحزبية العربية إلى الآن (في الوقت الحالي) تمتلك قدراً من القوة والحضور. وهي تعكس واقع الحياة الحزبية العربية من حيث اقترابها أو ابتعادها عن الحكم. وبالرغم من ذلك يتزايد دور الصحافة الحزبية العربية مع ظهور التعددية في بلدان عربية عديدة.

(2) الوظيفة:

بات معروفاً أن الصحافة العربية تأخر ظهورها أكثر من قرن عقب ظهور الطباعة عند العرب، بسبب انتفاء الحاجة الاجتماعية لوجود الصحافة. حيث تؤكد الدراسة المنهجية لتاريخ الصحافة العالمية وظهورها وتطورها بروز وانتصار البرجوازية وظهور الطبقة الوسطى وظهور الرأي العام والحياة الاقتصادية......الخ.

ظهرت الصحافة العربية الأهلية على يد الرموز الفكرية للبدايات المبكرة للبرجوازية التجارية العربية. وكان ذلك في مطلع النصف الثاني من القرن التاسع عشر ولعبت دوراً كواحدة من الساحات الهامة لبلورة مشروع النهضة العربية بجوانبه (القومية والاجتماعية الدينية واللغوية.....الخ.) ما ترك بصمات راسخة على الدور الوظيفي للصحافة العربية طوال القرن العشرين والآن مطلع القرن الواحد والعشرين. ويمكننا أن نركز على وظيفتين محورتين هما:

أ. الوظيفة الإخبارية.

ب. الوظيفية التثقيفية:

1) الوظيفة الإخبارية:

1. انصب اهتمام الصحافة العربية الأهلية (الوطنية) منذ نشوئها على الشأن العام والقومي على وجه الخصوص حيث أنشأ وأصدر الصحف العربية الوطنية الأولى حملة وممثلو الوعي البرجوازي التقدمي ولأهداف وغايات تنويرية ونهضوية وتثقيفية في الأساس.
2. نجد أن الوظيفة الإخبارية في تلك الفترة متواضعة ومحدودة فلم تتخذ الصحافة العربية طوال هذه المرحلة (مرحلة الاستعمار العثماني) شكل الصحيفة الإخبارية العصرية.
3. لم يظهر الخبر كنوع صحفي مستقل متميز وبارز وفاعل بنية الصحافة العربية. وعندما يظهر فيها فنادراً ما يكون مرتبطاً بالمعلومات والوقائع الراهنة والآنية.
4. والخبر لم يعالج بشكل مستقل بل غالباً ما كان مرتبطاً بشخصيات وإجراءات ويعالج ضمن مادة صحفية أخرى وبلغة إنشائية فضفاضة. ويعادل أن إحدى الصحف اللبنانية في تلك الحقبة كانت تغطي بعض الأحداث شعراً.

أما في مرحلة الاستعمار الأوروبي فقد بدأ الخطاب الصحفي العربي يصبح أكثر ملموسة وأكثر ارتباطاً بهموم الواقع وتطوراته ومتغيراته. وبالتالي أحداثه وبدأ الخبر يشق طريقه إلى الصحف العربية في فترة الاستعمار الأوروبي. أما أهم سمات تلك المرحلة بالنسبة للوظيفة الإخبارية فهي:

- ظهرت الوظيفة الإخبارية وعرفت تطوراً ملموساً وبدأ يظهر في الصفحات الأولى.
- أخذت الصحافة تعتمد أساساً على الحدث – المعلومة – الواقعة وبدأت تهتم بالأحداث التي تدعم مواقفها وتؤكد صحة أفكارها.
- بدأ يتزايد اعتماد الأنواع الصحفية الأخرى (التعليق والمقال والحديث التحقيق).
- بدأ الخبر في تلك الصحف يتخلص في المعيقات (وخاصة اللغوية والأسلوبية) التي تحد من تطوره. ما وطد الصحافة الخبرية ومكانه الخبر في الصحافة العربية في هذه المرحلة.
- بدأ الخبر يقترب من المفهوم العلمي للخبر باعتباره أو تماس بين القارئ والواقع وباعتباره أيضاً المنطلق والأساس لتكوين الموقف والراي والاتجاه، وبالتالي السلوك.
- هيمن الخبر السياسي نظراً لأن الهم السياسي كان مهيمناً أيضاً.
- كان تواجد الخبر الاقتصادي والثقافي والاجتماعي محدوداً جداً.
- وكانت الأخبار المحلية لتتصدر قائمة الاهتمامات.
- مع تطور الخدمة الإخبارية (وكالات الأنباء – صحف وإذاعات عالمية) وتزايد الانفتاح على الغرب الأوروبي وتطور وسائل الاتصال وتزايد تعلم اللغات أبدأ يبرز الخبر السياسي الخارجي.
- بقيت الوطنية الإخبارية للصحافة العربية في هذه المرحلة في حدود الإعلام والإنباء ولم تظهر التغطية الإخبارية التفسيرية.

أما في مرحلة الاستقلال عن الاستعمار الأوروبي فقد تميزت الوظيفة الإخبارية بما يلي:

أ. صعود الخبر السياسي بسبب أحداث 1948 والنكبة الفلسطينية كما ظهر الاهتمام بالخبر السياسي الخارجي.

ب. حدث انعطاف في الوظيفة الإخبارية جراء التبدلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في العديد من الدول العربية.

ج. تجاوز الخطاب الصحفي الحدود القطرية ليتجاوز الحدود وتشمل الوطن العربي.

د. تعاظم أهمية الوظيفة الإخبارية للصحافة. وبدأت الصحف تقدم هذه الوظيفة بصورة أكثر انفتاحاً وتعددية وحيوية.

2) الوظيفة التثقيفية:

ظهرت الصحافة العربية في خضم المشروع النهضوي العربي وحملت همومه وكان مضمونها التثقيفي مهيمناً وكان المقال من النوع الصحفي لسائد والوحيد لعقود طويلة. أما اهم سماتها فهي:

1. المادة السياسية غير الإخبارية بدأت في الصحافة العربية الأولى مركزة على تحديد العلاقة مع الإمبراطورية العثمانية، وفي الانفصال وإقامة الدولة القومية المستقلة في فترة لاحقة وفي كيفية تحقيق هذا الهدف، وما هي التحالفات الداخلية والخارجية الضرورية لتحقيقه.
2. المادة الصحفية الاجتماعية غير الإخبارية كانت قوية الحضور في صحافة عصر النهضة – النصف الثاني من القرن التاسع عشر.
3. تركزت صحافة (النهضة) على المسائل الجوهرية: تحرير المرأة، الفقر، العادات التقاليد، تطور الأجيال، وحافظت على تواجدها وإن كان ذلك بقدر أقل مما كانت عليه في مطلع القرن أو في مرحلة الاستعمار الأوروبي. لكنها بقيت موجودة وكانت تجذب الكتاب والقراء.

4. الخطاب الثقافي في سمة بارزة من سمات الصحافة العربية منذ نشوئها فكانت صحافة النهضة صحافة تنوير وتجديد وإصلاح. وكانت الصحافة تجد في الموضوع الثقافي ملجأ وملاذاً عندما يزداد قمع السلطة العثمانية.
5. غاب الموضوع الاقتصادي وهمومه عن الصحافة الوطنية العربية في فترة الاستعمار العثماني.

في مرحلة الاستعمار الأوروبي هيمن النضال من أجل نيل الاستقلال ونجد أن أهم سمات الوظيفة التثقيفية هي:

- الخطاب السياسي تركز على أساس الهم القطري: تحقيق الاستقلال وإقامة الدولة العصرية.
- انهمك الخطاب السياسي في الصحافة في التعبير عن التيارات السياسية المتنوعة والمتعددة وكذلك عن المواقف والاتجاهات.
- ظهرت الهم الاقتصادي (الخطاب الاقتصادي) متردداً في الصحافة في فترة الاستعمار الأوروبي وانحصر في القضايا المختلفة بالاتجاهات الكبرى (الراسمالية) الاشتراكية، ظروف الصناعة الوطنية الناشئة، حل مشكلة الأرض.... الخ.
- اهتمت صحافة تلك الفترة بالخطاب الثقافي وشمل مجالات متعددة تعكس تطور الحياة الثقافية وتنوع الاتجاهات والتيارات والمدارس.
- برزت في هذه المرحلة الصحافة الثقافية والأدبية، كما انتشرت في تلك الفترة المجلات الشهرية الثقافية ولعبت دوراً تثقيفياً قومياً بالغ الأهمية وظهرت الصفحات الثقافية المتخصصة في الصحف اليومية والصحف الثقافية المتخصصة.
- جذبت الصحافة الثقافية والأدبية أساتذة كبار في المجالات الثقافية والفكرية كافة.

أما الصحافة العربية المعاصرة (فترة ما بعد الاستقلال وإلى يومنا الحاضر) فقد تنوعت المادة غير الإخبارية (الوظيفة التثقيفية) التي تقدمها الصحافة العربية واغتنت في العقود الأخيرة من القرن العشرين وظهرت الصحافة المتخصصة وتعددت الصفحات المتخصصة في الصحف اليومية وجذب العمل الصحفي كوادر من سياقات ومجالات علمية مختلفة وازداد الكادر الصحفي كماً ونوعاً. وانجذب إلى الصحافة كتاب وخبراء ومختصين. وحققت الصحافة قدراً من الحيوية وازدادت نسبة قراء المواد غير الإخبارية (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية.....الخ) . أما أهم سمات المرحلة الراهنة من ناحية الوظيفة التثقيفية:

أ. عرفت هذه الوظيفة الثقافية قدراً من الحيوية في الصحافة العربية الحالية.

ب. برز الخطاب السياسي في الصحافة مع فترة صعود المد القومي التحرري واتسعت جماهيريتة وتنوع مضمونه. وصار المقال السياسي بأنواعه المختلفة واحداً من أهم المواد التي تنشرها الصحف. لكنه لم يبرز إلا نادراً كخطاب سياسي فكري يتلمس التحليل الموضوعي ويخاطب الذهن بقصد تحقيق الوعي.

ج. حافظ الخطاب الصحفي الاقتصادي على تواجده، بل وتقدم الموضوع الاقتصادي في مرحلة التبدلات الاجتماعية الاقتصادية التي انجزتها بلدان عربية عديدة في مراحل سابقة. واحتل الموضوع الاقتصادي في تلك المراحل مساحات واسعة حتى في الصفحات الأولى تحت اسم المواضيع التنموية.

د. لكن سادت الخفة والسطحية في التعامل مع الشأن الاقتصادي في كثير من الصحف العربية وترسخت استراتيجيات تكوين وعي اقتصادي زائف.

ه. في مراحل عديدة بعد الاستقلال، استطلاع الموضوع الاقتصادي أن يجذب كتاباً من خارج الكادر الصحفي أو أن يستقطب اهتمام شرائح واسعة من القراء وبرزت المعالجات الموضوعية /الجادة لهذه المشاكل. وفي مراحل أخرى تراجع الاهتمام بهذه الموضوع.

و. المادة الصحفية الاجتماعية غير الإخبارية بقيت موجودة وعادت إلى النهوض لتصبح أكثر تواجداً وأقوى حضوراً وازدادت هذه القضايا أهمية وخاصة في مرحلة نهوض حركة التحرر الوطني (مرحلة المد القومي).

ز. حافظ الخطاب الصحفي الثقافي على قوة حضوره في فترة ما بعد الاستقلال وتوفر الكادر الصحفي وانجذب إلى الموضوع الثقافي بتنوعاته كتّاب من خارج الجسم الصحفي، والانفتاح على الثقافة العالمية ثم بوتيرة عالية.

ح. ظهرت مجلات ثقافية إبداعية هامة (الموسيقى) المسرح، الفن التشكيلي، الفن السابع،..... الخ. وأصبحت هذه المجالات تشغل وتجذب شرائح واسعة من الصحفيين والقراء الأمر الذي يفسر تزايد اهتمام الخطاب الثقافي بها.

ط. شهدت البنية الهيكلية للحياة الثقافية العربية تبدلات هامة وقد ظهرت مجلات ثقافية عربية أصبحت ملجأ للثقافة العربية الجدية كما ظهرت العديد من المجلات الفصلية في عموم الدول العربية كل هذه الصحف المتخصصة والمجلات الشهرية والفصلية إضافة إلى الصفحات الثقافية في الصحف اليومية استطاعت إلى حد كبير مواكبة الحياة الثقافية المحلية والعربية والدولية واستطاعت إلى حد كبير في فترات متعددة أن تقدم خطابا تثقيفياً في المجالات السياسية والأدبية والفنية والاجتماعية والاقتصادية... الخ. يستجيب الحاجات الموضوعية ويشبع الحاجات الإعلامية الثقافية للقارئ. لكنها شهدت انحساراً في فترات أخرى وهي دوماً بين مد وجزر حسب الأحوال والفترات السياسية والاقتصادية التي تمر بها مختلف البلدان العربية.

1. صناعة الصحافة:

تستورد البلدان العربية جميع المعدات والمواد المستخدمة في صناعة الصحافة (المطابع وملحقاتها، وأجهزة التصوير، والتنضيد، والأخبار وكذلك القسم الأكبر من الورق.....الخ) ما يعني تعميق تبعية الصحافة العربية للدول المصدرة لهذه الصناعات، حيث أن التكنولوجيا عموماً ليست محايدة، فهي مشحونة

برأي الخبراء بمعايير ومفاهيم المجتمعات التي أنتجتها وبالتالي فإن استيرادها يعني موضوعياً استيراد هذه المعايير والقيم والمفاهيم وإقحامها قسراً على وسط قد لا يكون الضرورة ملائماً لها.

2. البحوث العلمية في مجال الصحافة:

تحتاج الصحافة المعاصر إلى النتائج المستخلصة من (البحوث العلمية الإعلامية النظرية والعلمية والميدانية). من أجل تطوير نظريات الاتصال ولرفع مستوى الممارسة.

ويقتصر البحث العلمي في معظم الأقطار العربية على البحوث التي تجري في معاهد وكليات وأقسام تدريس الصحافة في الدول التي تمتلك مثل هذه المؤسسات الأكاديمية.

تندر الأبحاث العلمية في المؤسسات الصحفية العربية. كما ولا تشعر الكثير من المؤسسات إلى الحاجة لإجراء بحوث علمية على نتاجها وممارساتها وأدائها.

كما انه لا يتم على الأغلب الاستفادة من الأبحاث العلمية الجامعة في المؤسسات الصحفية العربية.

ويبدو أن التعاون بين المراكز الأكاديمية المتنوعة ومنها الجامعات وبين المؤسسات الصحفية نادر للغاية.

وبالتالي تحتاج المؤسسات الصحفية العربية إلى إجراء بحوث علمية إعلامية وإلى الاستفادة من نتائج البحث الجامعية.

3. الكادر الصحفي:

المنصر البشري هو العامل الحاسم في عملية الإبداع الصحفي، وذلك بالرغم من التطور التكنولوجي المتسارع.

أ) تمثل الكادر الصحفي في عصر النهضة (مع ظهور الصحافة الأهلية في مرحلة الاستعمار العثماني) في رواد التنوير وبرزت أسماء كبيرة مثل (عبد الرحمن الكوكبي وبطرس البستاني وفارس الشدياق و........ الخ)، وكانت الصحافة في تلك الفترة صحافة تفاعل صحافة لتثقيف وتنوير ودفع بعض رجالات الصحافة حياتهم ثمناً لنضالهم مثل العسلي، وطيارة،...... الخ.

ب) وفي مرحلة الاستعمار الأوربي حصلت تبدلات عميقة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية في الوطن العربي أما أهم مواصفات الكادر الصحفي في هذه الفترة فكانت:

1. ظهر خليط عجيب من العاملين في الصحافة ضم المغامر والمناصل السياسي والمفكر الوطني والمصلح الاجتماعي.
2. شهدت صحافة هذه الفترة اندفاعاً صوب المفهوم المعاصر للصحافة الإخبارية. وصوب الاعتماد على كادر محترف.
3. تميزت الصحافة الحزبية بقياداتها السياسية وليس المهنية.

ج) تبدلات ملامح صورة الكادر الصحفي في معظم الأقطار العربية بعد الاستقلال وخصوصاً خلال العقدين الخامس والسادس من القرن العشرين. أما أهم سمات الكادر الصحفي في الدول العربية فهي:

1. دول عربية اعتمدت على مؤسسات صحفية قوية لتساهم في تحقيق التنمية الشاملة. ووفرت لها الإمكانات المادية والبشرية التي تمكنها من إنجاز مهامها.

2. ولم تقدم الصحف الخاصة في دول أخرى الوسيلة لتأمين الدعم المادي الضروري لامتلاك قاعدة تقنية وإمكانات بشرية ضرورية لإصدار صحيفة عصرية.
3. وفي دول عديدة واجهت الصحافة تحديات ضخمة وقد قدمت تلك الدول الدعم المادي والمعنوي الذي يساعد هذه الصحافة على مواجهة هذه التحديات.
4. وبالتالي ازداد الكادر العامل في الصحافة العربية عموماً.
5. ارتفع المستوى التعليمي والمهني للكادر الصحفي في الصحافة العربية.
6. ظهرت معاهد وكليات تعليم الصحافة وتكوين الكادر الإعلامي.

❖ من خصائص الصحف العربية:

1. سيطرة الطابع الرسمي على الصحافة: التركيز على الأنشطة الحكومية.
2. السلطوية: سيطرة السلطة على الإعلام وتوجيهه إلى الاتجاه الذي تريده.
3. الأحادية: أي إقصاء الآخر وتهميشه وإبعاده.
4. الرسمية: أي انتظار التوجيهات والتعليمات في المسائل والقضايا الطارئة قبل معالجة الخبر.
5. سيطرة الإعلام الروتيني: تغطية نفس المناسبات والقطاعات.
6. الاتصال في الصحافة العربية يسير في اتجاه واحد: من الأعلى إلى الأسفل أي من السلطة إلى الجماهير.
7. ضعف الاحترافية في الصحافة العربية: نظراً للتركيز على الجانب الرسمي والتواجد المستمر للرقابة.
8. الرقابة والحذف: أدى إلى انعدام مصداقية الصحف وتتجه نخبة من القراء إلى الإعلام الخارجي.
9. ضعف إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي.

10. انعدام مراكز الدراسات والبحوث في معظم الصحف العربية: نقص في البيانات والإحصاءات التي تضفي دقة على المعلومات.

❖ من عوائق الصحافة العربية:

1. الأمية (وهي إحدى العوائق الهامة لتطور الصحافة العربية، فآخر الإحصاءات تشير بوجود 70مليون أمي في الوطن العربي).
2. الإطار التنظيمي والتشريعي والقانوني (أي محدودية الحريات التي تتمتع بها الصحافة حيث أنها في بعض الدول تكون محتكرة من السلطات والحكومة وبعض المؤسسات التي تتوجه إلى حزب معين مما يؤدي إلى تذبذب العلاقة بين الحكومة والصحافة).
3. بيئة عمل وظروف صعبة (أي أن الصحفي يواجه ظروف صعبة تقتل فيه الإبداع الصحفي مثل ضعف الراتب وصعوبة الوصول إلى المعلومات).
4. تمركز الصحافة العربية في المدن (ضعف حضورها في المناطق المحلية حيث يؤدي إلى ضعف الصحافة المحلية).
5. صعوبات في مستوى التوزيع وارتفاع أسعار الورق وتكنولوجيا الطباعة (بالرغم من أن بعض الحكومات تساعد الصحف بحيث أنها تعفيها من الرسوم الجمركية في استيراد الورق، وكذلك صعوبة وصول الصحف إلى الأماكن الوعرة والنائية).

من اسباب تراجع الصحافة العربية حسب تقرير التنمية البشرية العربية:

1. انخفاض معدلات القراءة.
2. ارتفاع تكلفة الصحف.
3. عدم إقبال القراء على الصحافة (بسبب تدني مستواها ومحدودية استقلاليتها).

❖ من تأثيرات الإعلان على الصحافة العربية:

1. استولت الإعلانات على مساحات كبيرة من الجريدة على الرغم من أنها قدمت خدمة مالية كبيرة للصحف (حيث أن معظم الصحف خصصت نسبة 50٪ من مساحتها للإعلانات).
2. تسخير المادة الإعلانية لخدمة الشركات التجارية المعلنة وأهدافها (أي أن المساحات الإعلانية أكلت مساحة القرّاء).
3. الخلط بين التحرير والإعلان (وهو المخالفة رقم واحد في الصحافة المصرية بنسبة 65٪ من مجمل مخالفات أدبيات الممارسة المهنية – مجلة الصحافيون 1990م).
4. المصلحة التجارية والمصلحة الخاصة للصحافة (في غياب أخلاقيات المهنة الصحفية ابتعدت بعض الصحف العربية عن أهدافها الاجتماعية والإعلامية وانساقت وراء المضامين الهزيلة).

❖ تشهد المؤسسات الإعلامية العربية قصوراً في:

1. التسيير.
2. التنظيم.
3. الهيكلة.
4. الوسائل.
5. الكوادر البشرية.

❖ ومن القصور التي تتشابه بين الدول العربية:

1. العشوائية.
2. غياب التخطيط في حالات كثيرة.
3. الافتقار إلى المعلومات والوثائق والبحوث.

❖ من سمات الصحافة العربية في مجال الإعلام الجديد:

1. تتسم الصحافة العربية بضعف التطبيقات التحريرية والاقتصار على المضامين النصية وغياب المضامين التكميلية مثل الفيديو والملفات الصوت وعدم الاعتماد على إثراء المقالات بوصلات داخلية وخارجية ومحدودية الخدمات الإخبارية كالطقس وبرامج التلفزيون والبورصة والإعلانات المبوبة.
2. من ناحية التفاعلية تتسم مواقع الصحف العربية بمحدودية التطبيقات التفاعلية كغياب المدونات ومنتديات لحوار ومنتديات الدردشة ومحدودية الاستفتاءات الإلكترونية والتعليقات على المقال.
3. ومن الناحية الاقتصادية غياب خدمة تسويق الأرشيف وخدمة الهاتف الجوال ومحدودية الاعتماد على الإعلان الالكتروني.

❖ المواقع العربية الأكثر شعبية:

يهدف قياس جمهور المواقع web traffic measuring أو internet audience measurement إلى تحديد حجم مستخدمي موقع ما ومختلف الأبعاد الخاصة بهذا الاستخدام أي عدد زائري الموقع وعدد الزيارات وعدد الصفحات التي شاهدها المستخدمون ومعدل الزيارة كما تهدف إلى تحديد أكثر المواقع شعبية على المستوى الوطني.

كما هو الشأن بالنسبة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني والصحافة المكتوبة فإن مؤسسات مستقلة تقوم بقياس جمهور المواقع الإلكترونية ومن هذه المؤسسات المؤسسة الأمريكية Nielsen-netratings بقياس جمهور مواقع الإنترنت على المستوى العالمي من خلال عينة تتألف من مليون مستخدم وتسمى هذه العينة mega panel.

ومن البرمجيات الأكثر استخداما اليوم نظام Google analytics وهو نظام مجاني يوفر خدمات عديدة في مجال قياس الجمهور وهناك أيضا الكسا من أكثر البرمجيات استخداما ويمكن التعرف على المواقع العربية الأكثر شعبية على الكسا من خلال عدة مداخل وكذلك أكثر المواقع شعبية كل قطر من الدولة وأكثر المواقع الناطقة بالعربية شعبية.

❖ الصحافة العربية الواقع والتحديات:

عرفت حقل الإعلام أربعة تغيرات رئيسية هي:

1. اختراع الطباعة التي أجدت ظهور الصحافة.
2. اختراع الراديو والتلفزيون.
3. اختراع الإنترنت.

ظهور أية وسيلة إعلامية لا تلغي الوسيلة التي قبلها فكل وسيلة اجبرت على اتخاذ إجراءات وتغيرات وتعديلات تتأقلم مع الوسيلة الجديدة وأجدت لنفسها موقعا خاصا ضمن بقية الوسائل فهل سيحدث نفس الشيء مع ظهور الصحافة الالكترونية والإعلام الجديد المتعددة الوسائط؟ ولقد أصبح هذا السؤال يطرح على كافة المؤتمرات التي تدور في مختلف أرجاء العالم حول الإعلام إذ يقر الباحثون ان الصحافة التقليدية تواجه تهديدا حقيقيا.

من الأسباب التي ساعدت على تطور الصحافة العربية بشكل نسبي بالرغم من غياب الإحصاءات:

1. انتشار التعليم وظهور نخب جديدة.
2. ظهور وتعزيز الحياة الحزبية وتنوع الحياة السياسية في العديد من البلدان العربية مما يساهم في اهتمام المواطنين بالشأن العام والإقبال على الصحف.
3. تطور السوق الإعلانية في العالم العربي.

4. ظهور الصحافة المتخصصة في عدة مجالات كالصحافة الاقتصادية والرياضية والنسائية.
5. تطور التشريعات العربية واحترام متزايد لاستقلالية الصحافة.

من العوامل التي ستحدد مستقبل الصحافة العربية:

1. العامل السياسي: فكلما وفرت الدولة هامشاً أكبر من الحرية والاستقلالية للصحافة كلما تطورت الممارسة الصحفية نظراً لارتباط شعبية الصحافة بمصداقيتها.
2. العامل الثقافي: يساهم انتشار التعليم في زيادة الحاجة للمشاركة في الشأن العام والوعي السياسي.

العامل الإعلامي: ستحدد المنافسة مع التلفزيون والإعلام الجديد مكانة الصحافة وستكون الصحافة قادرة على منافسة التلفزيون إذا ركزت على الوظيفة التحليلية.

من التهديدات التي تواجه الصحافة الورقية:

1. تقلص في حجم التوزيع حيث تمثل قيمة النسخ المباعة لقراء ما بين 10 ٪ إلى 25٪ من إجمالي دخل الصحيفة.
2. ان اهمية التوزيع تكمن في تأثيره المباشر في حجم الإعلانات الذي تستطيع الصحف الحصول عليها لأن ارتفاع ارقامَ التوزيع يعكس ارتفاع قراء الصحيفة وانتشارها فكلما تقلص حجم التوزيع تقلص حجم الإعلانات.
3. محدودية الحرية المتاحة للصحافة الورقية بالمقارنة مع الصحافة الالكترونية.
4. الصحافة الالكترونية في الغالب تتبع الحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ والكاتب على الإنترنت بخلاف الصحافة الورقية التي تكون بالعادة قد تم

تعديل مقالاتها من قبل الناشر لأكثر من مرة حتى يكون وفقاً لسياسة الصحيفة.

5. السرعة في تلقي الأخبار العاجلة وتضمين الصور والأفلام والفيديو مما يدعم مصداقية الخبر.
6. سرعة وسهولة تداول البيانات على الإنترنت بفارق كبير من الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي.
7. حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب حيث يمكنهما أن يلتقيا في التو واللحظة معاً.
8. أتاحت الصحافة الالكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الالكترونية للقراء بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة.
9. التكاليف المالية الضخمة عند الرغبة في إصدار صحيفة ورقية بدءا من الحصول على ترخيص مرورا بالإجراءات الرسمية والتنظيمية بنما الوضع في الصحافة الالكترونية يعدها بكل سهولة.
10. ارتفاع تكاليف الورق الذي يكبد الصحف الورقية مشقة مالية يوميا لا يحتاج من يرغب التعامل من الصحافة الالكترونية سوى لجهاز كمبيوتر ومجموعة من البرامج التي يتم تركيبها لمرة واحدة.
11. توجه جيل الشباب وافتتانه بالمواقع الالكترونية وتأثير ذلك على تقليص حجم الإعلانات الموجهة للشباب.
12. عدم حاجة الصحف الالكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين إنما يمكن إصدار الصحف الالكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.

(لكن هذه الأراء يظل عمليا مرتبطا بمدى تفاعل القراء ومرهونا أيضا بمدى قدرة الإعلام الالكتروني البديل في الارتقاء الى مرتبة وسائل الإعلام الجماهيرية وانتشار تكنولوجيات الاتصال والارتباط بشبكة الانترنت في العالم العربي).

(إن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية منخفضة نسبيا حيث يصل إلى نحو 7.5٪ من إجمالي عدد السكان في الشرق الأوسط في حيث يصل في بعض المناطق مثل امريكا الشمالية إلى 67.4٪ واوروبا إلى 35.5٪ طبقا لأحدث الإحصائيات).

(ويمكن القول ان الإعلام الالكتروني في العالم العربي خاصة لا يزال خيار اخر للمستهلك وليس بديلا للإعلام المطبوع).

❖ نماذج من الصحف العربية:

▪ صحيفة الإهرام:

تعد أقدم وأعرق الصحف العربية. عاصرت ثلاث قرون أولدت في أحدها، وعاش في الأخر، ومازالت مستمرة في الثالث. تأسست في 27 كانون الأول 1875. وصدر العدد الأول في 5 آب عام 1876.

اسسها الأخوين بشارة تقلا وسليم تقلاً في مدينة الإسكندرية وقد بدأت كجريدة اسبوعية بأربع صفحات ثم تطورت إلى يومية.

وقد مر على مولدها نحو اربعة عشر عقداً من الزمن. وفي عددها الأول دعت "اصحاب الأقلام البليغة أن يزينوا من وقت لآخر الجريدة بما يسطرونه من بديع الكتابة والحكم والفوائد التي يلتذ باجتنائها كل ذوق سليم" وبعد نحو شهرين على صدورها "أصدرت جريدة يومية" صدى الأهرام" في 10 تشرين اول 1876 وتعد أول صحيفة يومية تصدر في مصر. وشهدت "الأهرام" توسعاً كبيراً بعد انتقالها إلى

مبناها الجديد عام 1968 . فوسعت خدماتها وانشأت عدداً من المراكز المتخصصة منها: "مركز الإهرام للإدارة والحاسبات الإلكترونية" ومركز الأهرام للدراسات والإستراتيجية".

ومركز الميكروفيلم ومركز الترجمة والنشر" كما انشأت عدداً من المؤسسات التجارية منها "وكالة الإهرام للإعلان" و"مطابع الإهرام التجارية" وبعد افتتاح مبنى جديد آخر للأهرام عام 1993 ازداد دورها ومكانتها. كما تصدر الإهرام" عدداً من الصحف منها: الأهرام اليومية، والأهرام الدولي، والأهرام المسائي، والأهرام ويكلي باللغة الانكليزية والأهرام إيدو باللغة الفرنسية، كما تصدر مجلات مثل مجلة الشباب، ونصف الدنيا، وعلاء الدين، وأحوال مصرية ولغة العصر، والبيت وكذلك تصدر الأهرام الاقتصادي والأهرام الرياضي، والسياسة الدولية.

تتبع الأهرام كمؤسسة شبه حكومية للمجلس الأعلى للصحافة وهي حسب التصنيف المتبع في مصر، صحيفة قومية، وتعد الأكثر تداولاً على نطاق واسع، كما وتعتبر مصدراً مؤثراً في أسلوب الكتابة الصحفية باللغة العربية. ومقرها الحالي يقع في بولاق بالقاهرة. وتملك الحكومة المصرية العدد الأكبر من الأسهم في مؤسسة الأهرام، ويتم تطبيق رؤساء التحرير من قبلها. وتعد الأهرام اشهر صحيفة عربية. وواحدة من اكبر الصحف المنتشرة في العالم.

وكانت الأهرام منذ تأسيسها تحرص على تقديم نخبة من رواد الفكر والآداب لقرائها عبر مقالات دورية من امثال رواد النهضة محمد عبده وجمال الدين الأفغاني وفي مرحلة لاحقة أدباء ومفكرين من أمثال أحمد لطفي السيد ومحمود سامي البارودي وأحمد شوقي ومصطفى لطفي المنفلوطي وطه حسين وعباس محمود العقاد ونجيب محفوظ وتوفيق الحكيم وبنت الشاطئ ويوسف إدريس ولويس عوض وعبد الرحمن الشرقاوي....الخ. وقد تعاقب على زيارتها تحريرها العديد من الصحفيين اشهرهم بعد مؤسسيها الأخوين تقلا، خليل مطران محمد حسنين هيكل وفكري أباظة وإحسان عبد القدوس.

وتستمر الأهرام في الحفاظ على تقاليد مهنية عريقة والتي أرساها مؤسسوها، وسار على هداها من جاء بعدهم.

قال عنها الأديب طه حسين بأنها "ديوان الحياة المعاصرة". فهي صحيفة تحمل على ظهرها تاريخاً سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وثقافياً علمياً ودولياً فشمولها للأحداث جعلها ديواناً للعصور التي مرت بها فقد مر على مولدها نحو اربعة عشر عقداً من الزمن وتصدر الأهرام حالياً في ثلاث طبعات (محلية وعربية ودولية).

- صحيفة المصري اليوم:

وهي صحيفة يومية مستقلة صدر عددها الأول في 7 حزيران في 2004 وتعد أعلى الصحف المستقلة توزيعاً في السوق المصرية. وهي تصدر عن مؤسسة "المصري للصحافة والطباعة والنشر والإعلان" تعتمد الصحفية على مجموعة صحفيين مصريين من ذوي الخبرة وتميد نطاق تغطيتها الخبرية إلى جميع أنحاء مصر عبر شبكة مراسلين فينتشرون في جميع المحافظات المصرية كما لديها مجموعة مراسلين في الدول الأخرى ويكتب فيها كتاب مصريون من مختلف التوجيهات الفكرية ويشكلون قاعدة الراي والتحليل في الصحفية. تقول "المصري اليوم، انها تتبنى في سياساتها التحريرية منهجاً مستقلاً ومعتدلاً وتعمل وفق مجموعة من القواعد المهنية الواضحة وتسعى لتقديم أخبار دقيقة غير متحيزة وتؤكد العديد من الدراسات وإستطلاعات الرأي أن الجمهور يعتبر "المصري اليوم" من أكثر الصحف مصداقية ونزاهة وموضوعية فيما تقدمه إلى جانب مشهدتها بجودة الخدمة الإعلامية. إضافة إلى الصحفية المطبوعة تبث "المصري اليوم" بوابتها الالكترونية على شبكة الإنترنت.

- **صحيفة الحياة:**

أسسها في بيروت كامل مروة وصدر عددها الأول في 28 كانون الثاني عام 1946 وقد اختار لها أن تكون بحسبه جريدة عربية مستقلة. ومنذ أن عاودت الصدور عام 1988 كصحفية يومية سياسية دولية، أكدت من جديد أنها مستقلة بالرغم من تمويلها "السعودي" وقد اختارت منذ عودتها في تشرين الأول 1988 لندن مقراً رئيساً لها وكانت الحياة منذ تأسيسها عام 1946 سباقه في التجديد شكلاً ومضموناً. ومنذ عام 1988 تميزت الحياة بالتنوع والتخصص وتحاول التأقلم من متطلبات العصر فصارت أخبارها أكثر مباشرة ومواضيعها أقصر وأقرب إلى التناول تناوب على رئاسة تحريرها عدد من الكتاب الصحفيين منهم كامل مروة وجهاد الخازن وغسان شربل، وتستقبل الحياة أخبار كل العالم عبر شبكة مراسلين وتنطلق عبر الأقمار الصناعية لتطبع في عدة مدن عربية وأجنبية.

وفي مطلع 2005 شهدت ولادة طبقهاً السعودية التي تصدر يومياً في ثلاث نسخ وفي أيار 2012 ولدت الوحدة الرقمية التي تنصل مضمون الصحفية من الورق إدارة منصات رقمية متنوعة مثل الموقع الإلكتروني.

- **صحيفة السفير:**

صدر العدد الأول منها في 26 آذار 1974. ومنذ تأسيسها لا تزال تحمل شعار "صوت من لا صوت لهم" وكذلك شعار "جريدة لبنان في الوطن العربي وجريدة الوطن العربي في لبنان".

وتعد من الصحف القومية بمعنى الالتزام بقضايا العرب الأساسية وخصوصاً القضية الفلسطينية تتضمن صفحات السفير الأطبار والتغطية الميدانية للأحداث السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية والترفيهية، بالإضافة إلى التحقيقات الميدانية والعلمية والبيئية. ويتولى تغطية الأحداث اليومية صحفيو

الجريدة ومراسلوها في واشنطن وباريس ولندن والقاهرة ودمشق وعمان وموسكو وروما وبرلين أو كذلك الخدمات التي توفرها وكالات الأنباء العربية.

وبفضل تقنيات الاتصال الحديثة والإنترنت تخطيت السفير مصاعب عديدة مثل التكاليف الباهظة للطباعة في الخارج وتمكنت من الوصول إلى قرائها في القارات الخمس صاحبها ورئيس تحريرها الكاتب الصحفي طلال سلمان.

- صحفية الأخبار:

وهي جريدة لبنانية تأسست عام 1938 وتصدر عن شركة أخبار بيروت وهي تصدر يومياً أسسها جوزيف نصري سماحة وعادت الصحفية "الأخبار" إلى الصدور في 14 آب 2006 تنتهج توجه سياسي شعبي من أجل الاستقلال والحرية ومناهضة ومحاربة الاستعمار وتحقيق العدالة الاجتماعية وتعد مع صحفيي السفير والنهار في المراتب الثلاث الأولى للصحف الأكثر قراءة في لبنان يؤكد رئيس تحريرها الحالي إبراهيم الأمين أن صحفية تساند المقاومة ضد العقل الإسرائيلي. أما وظيفة "الأخبار" فهي الدفاع عن الحقوق المدنية وتعتمد الصحفية ماكتياً محدداً كما أنها تفصل بالكامل بين الشق المالي (التسويق الإعلانات أو الشؤون المالية) والشق التحريري ما يجعل الخط التحريري مستقل عن أي ضغوط مالية. ويبلغ عدد نسخها 10 آلاف نسخة يومياً وتتطلع للتوسع في الوطن العربي وتسعى جريدة الأخبار التفادي أخبار الوكالات وتملأ صفحاتها بمقالات موقعة من قبل كتاب صحفيين مفرد من وكذلك تمتلئ بالتحقيقات والتقارير المختلفة عدد صفحاتها 40 صفحة بحجم "التابلويد"

- صحفية عكاظ:

هي جريدة سعودية خاصة تأسس في 30 كانون الأول 1959 وتعتبر صحفية أهلية وتوجهاتها إلى العرب جميعاً واضحة وتصدر في مدينة جدة وصدر أول عدد لها في 28 أيار 1960 وهي تعود لمؤسسة عكاظ للصحافة والنشر أما صفحتها

الأولى فتشبه إلى حد ما غلاف مجلة كما تعج صفحاتها بالصور كما ترتفع فيها نسبة الإعلانات إضافة لوجود صفحات متخصصة يبلغ عددها صفحاتها 40 صفحة وتتنوع موضوعاتها "أخبار، تقارير محلية.....الخ. أما سبب تسميتها فيعود إل سوق عكاظ أكبر أسواق العرب قبل الإسلام.علماً أن مؤسسة عكاظ تعتبر من المؤسسات الأهلية للصحافة في السعودية ولها فروع في المدن السعودية والعواصم الخليجية والعربية والعالمية. أما مصادر أخبارها فتعتمد الصحفية على عدة وكالات أنباء عربية وأجنبية ولها مراسلين ومندوبين منتشرين في أرجاء السعودية. وتعتبر من أكثر الصحف اليومية قراءة إضافة لحصولها على المركز الأول للصحفية الأكثر قراءة بين الشباب.

- صحفية النهار

وهي صحيفة جزائرية تصدر يومياً عن شركة الأثير للصحافة في الجزائر العاصمة. صدرت عام 2007 وتعتبر هذه الجريدة يومية إخبارية مستقلة ويصل توزيعها إلى نحو 70 الف نسخة وهي تضم كتاباً صحفيين ويعتبرون من أعمدة الصحفية وتصدر بثلاث لغات العربية أو الفرنسية، الإنكليزية صفحاتها الرئيسية(الغلاف) ملون وتحافظ على الطريقة الإخراجية لكل الأعداد وتحوي أخبار هامة لها تكملة في الصفحات الداخلية ثم تأتي الصفحات الأخبارية بعنوان "الحدث" وبعدها الصفحات الرياضية وتناول أهم أخبار الرياضية المحلية والعالمية.

وهناك صفحة للقراءة تليها صفحة "ادم وحواء" وصفحتها الأخيرة منوعة تحول أخبار طريفة ومنوعة وتحتل الإعلانات جزءاً كبيراً من الصحيفة أما الإخراج فيعتمد على جذب القراء باستخدام الزخارف والصور ومن الكاريكاتير. إضافة لاستخدام الأسلوب الفكاهي لجذب القراء أما الصفحات السياسية فلا تعتمد هذه الأساليب.

الفصل التاسع

أخلاقيات مهنة الصحافة

الفصل التاسع
أخلاقيات مهنة الصحافة

مقدمة:

لا شك أن أخلاقيات المهنة الصحفية أصبحت مطلباً ملحاً وأساسياً لدى العديد من التنظيمات والحكومات وحتى الشعوب نظراً للدور الذي تلعبه الإعلام على الصعيدين الإقليمي والدولي حتى المحلي، خاصة أثناء النزاعات وهو دور أقل ما يذكر عنه أن له سلبيات وإيجابيات على حد سواء، وفي كثير من الأحيان يكون تأثيره السلبي أكثر من إيجابياته ومنافعه، هذا ما دفع العديد من التنظيمات المهنية والجمعيات إلى محاولة وضع إطار أخلاقي لمهنة الصحافة قصد تجنب الشعوب والأمم سلبيات الممارسة الإعلامية وتحقيق رسالة إعلامية وفعالة تتسم بنوع من الموضوعية.

تختلف مهنة الصحافة عن غيرها من المهن الأخرى، ويأتي هذا الخلاف من طبيعة الوظائف التي تقوم بها الصحافة في المجتمعات – فهي التي – إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى – تعلم أفراد المجتمع، وتخبرهم بأهم ما يجري في مجتمعهم، محللة هذه المجريات تارة، وشارحة لها تارة أخرى، وموضحة الأسباب التي أدت إليها، ومفسرة لخلفياتها التاريخية، وعواقبها المستقبلة، لتتجاوز بهذا مجرد الخوض فيما حدث في الماضي، أو ما يحدث في الحاضر؛ إلى التنبؤ بما يمكن أن يحدث في المستقبل، بوصفها إحدى وظائفها الحديثة.

وسواء أقامت الصحافة بالإخبار أو الإعلام، والشرح أو التفسير، فضلا عن التعليم والتسلية والترفيه وغيرها من الأدوار الأخرى، فإنها – منفردة أو مع غيرها من الوسائل الأخرى – هي التي تشكل الرأي العام حول موضوع من الموضوعات أو قضية من القضايا، وتحشد الأفراد حولها – ولهذه الاعتبارات مجتمعة أو منفردة وغيرها ؛ تأتي ضرورة أن تستند الممارسات الصحفية إلى منظومة من المعايير

الأخلاقية والقيم المهنية، وأن يحتكم الصحفيون في ممارساتهم الصحفية إلى هذه المعايير والقيم، كي تقوم الصحافة بوظائفها المجتمعية على نحو صحيح، يؤدي في نهاية المطاف إلى مصلحة المجتمع، ويساعد على تحقيق نهضته وتقدمه.

وتجدر الإشارة؛ إلى أن الأخلاقيات والقيم المهنية تمثل بالنسبة للصحافة أهمية تفوق ما تمثله اللوائح والقوانين، كما تحظى في نفوس الصحفيين المهنيين بمكانة أعلى من ما تحظى به هذه اللوائح والقوانين. فقد كشف الخبراء الأمريكيون المعروفون في هذا المجال عن الدور المركزي لأخلاقيات الإعلام بوصفها أهم القيم التي تحدد ممارسة الوظيفة الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية[1]، والتي تعد إحدى الممارسات الصحفية الأبرز على مستوى العالم.

وتحتل الأمانة الصحفية مكانة خاصة في أخلاقيات الصحافة ومعاييرها المهنية، فهي بمثابة حجر الزاوية في هذا المجال، وعليها يترتب مدى التزام الصحفيين بالقيم الأخرى ومراعاتهم لها من عدمه. فمن الأمانة الصحفية يأتي الصدق في نقل الأحداث والوقائع، ومراعاة التوازن في نقل وجهات نظر أطرافها الفاعلة، ونسبة التصريحات إلى أصحابها، وغيرها من المعايير الصحفية الأخرى.

وتحاول هذا الفصل تسليط الضوء[2] على نشأة أخلاقيات الصحافة وعن الأمانة الصحفية في نقل الأخبار والمعلومات من مصادرها وأهميتها في ضوء حقوق الملكية الفكرية، وذلك من خلال التأصيل لها في أخلاقيات الصحافة ومواثيق الشرف الصحفي، وتأطيرها النظري في نظرية المسئولية الاجتماعية التي تمثل أهمية خاصة بالنسبة للممارسة الصحفية المهنية عامة، والأمانة الصحفية خاصة.

---

(1) William Peter: From the editors, Global Issue, an Electronic Journal of the U.S. Department of State, April 2001, Volume 6, Number

متاح في http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0401/ijge/ijge0401.htm#note تم استعراضه بتاريخ 2008/9/23

(2) د.عبد الرحمن محمد الشامي الأمانة الصحفية في نقل الأخبار والمعلومات من مصادرها في ضوء حقوق الملكية الفكرية ورقة مقدمة للندوة التي ينظمها موقع التغيير نت كلية الإعلام - جامعة صنعاء سبتمبر 2008

(1) المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الصحفية:

- فرنسا سنة 1918: كانت أول محاولة فرنسية حيث عملت فرنسا على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية مباشرة بعد الحرب العالمية الأولى نظراً للدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، لقد تم تعديله ومراجعته عام 1938 وندد هذا الميثاق بالوسائل الغير أخلاقية للحصول على المعلومات وعدم قبول أي شكل من أشكال الرشوة [1].
- الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1923: لقد قامت الجمعية الأمريكية لرؤساء التحرير بوضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية وقد نص هذا الميثاق على ما يلي: المسؤولية، حرية الصحافة، الاستقلالية، الصدق والموضوعية.
- بريطانيا سنة 1930: تعد بريطانيا من الدول التي عهد صحافيوها إلى وضع ميثاق لشرف المهنة الصحفية بمبادرة منهم وبعد ذلك قام الإتحاد الوطني للصحفيين بإصدار الميثاق سنة 1930[2].
- براغ سنة 1936: قام المؤتمر العالمي للصحافة في مدينة براغ بالتطرق إلى ما يجب على الصحافة أن تفعله وأقرت بأن الصحفي القدير بهذا الاسم ينبغي عليه[3]:

- أن يراجع كل خبر تنشره الجريدة بكل أمانة وصدق ويخص بهذه العناية كل الأخبار التي قد تثير تعصبا في الرأي.
- أن يعترف بحقه وحقوق الآخرين في نشر الأخبار الموضوعية عن الأحداث الداخلية والمسائل المتصلة بالدول الأخرى.
- أن يتجنب الصحفي كل نقد تافه وغير موضوعي في شؤون السياسة والإساءة إلى دول أخرى.

---

(1) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار المصرية، القاهرة، 1994، ص 194

(2) علاء أبو النجف، مرجع سبق ذكره، ص 70

(3) د. حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002، ص 148

- أن يبتعد عن تزيين العنف والتحريض على استعماله لتسوية المنازعات الداخلية أو الدولية، وأن يحارب الفكرة القائلة بحتمية الحروب لحل النزاعات.
- بهذا فإن هذا المؤتمر انصب اهتمامه على تحقيق السلم والأمن الدوليين وهذا راجع إلى انه جاء في فترة ما بين الحربين العالميتين التي تميزت بتوتر العلاقات الدولية.

- بوردوا سنة 1939 : قام المؤتمر السابع للإتحاد العالمي للصحفيين بوضع ما يسمى "عهد الشرف الصحفي" الذي جاء فيه:[1]

- إن واجب الصحفي سواء كان مخبراً او معلقاً أن يتذكر أن له تأثير طيباً أو سيئاً يزداد بزيادة عدد القراء، كما أنه يشارك مشاركة فعلية في تسجيل تاريخ عصره.
- أن يكون له ضمير حي لا يسمح له بأن يلجأ إلى طرق غير أمنية للحصول على الأخبار.
- أن يتحمل مسؤولية جميع المعلومات ونشرها في الصحيفة.
- لا يجوز للصحفي أن يكون عميلاً للحكومة أو غيرها من الهيئات الخاصة لكي يتحصل على منافع شخصية دون علم الجمهور.

لا يجوز للصحفي أن يبالغ في وصف الأحداث التي يشهدها ولا أن يغير من الوثائق التي تصل إليه.

- لا ينبغي للصحفي أن يفتري على الأشخاص بدون دليل أو أن يضر زملائه، بل عليه أن يحافظ على قوانين التضامن الجماعي التي تصدر لصالح المهنة.

- إعلان مكسيكو 1980 : اجتمع حوالي 1000 الف من مختلف أرجاء العالم يمثلون منظمات عالمية وإقليمية وجهوية في اجتماعات استثمارية بإشراف من

(1) حمزة عبد لطيف، مرجع سبق ذكره، ص 150.

منظمة اليونسكو، وفيه عبّر المجتمعون عن تأييدهم المطلق للإعلان الصادر عن اليونسكو الذي يدور حول المبادئ والقيم الأساسية لمساهمة وسائل الإعلام في ترسيخ السلم الدولي وتعزيز حقوق الإنسان وعلاوة عن ذلك اقرّ الاجتماع ما اصطلح عليه في ما بعد إعلان مكسيكو احتوى مجموعة من الأسس والمبادئ العالمية المشتركة بين الأمم والشعوب في مجال الأخلاقيات الصحفية وعدم تطبيق توصياتها ميدانيا أثناء تأدية المهام وهذا ما يفسر استمرار موجة المطالبة بتطبيقها إلى يومنا هذا [1].

(2) أما فيما يخص المحاولات العربية فقد كانت اثنتين:

- مصر سنة 1960: وذلك من خلال المؤتمر العام للإتحاد القومي للجمهورية العربية المتحدة وقد كانت هذه المحاولة عبارة عن مشروع فكرت فيه لجنت التوجيه القومي من لجان هذا المؤتمر، ونشرت الصحف هذا المشروع في الرابع والعشرين من شهر جوان 1960 وجعلت عنوانه كالآتي:

"ميثاق الشرف للمنشغلين في وسائل الإعلام" وفيه تناول كل ما يتعلق بحقوق المجتمع وسمعة الأفراد وما يتصل بالأخبار نفسها جمعاً، نشراً وتعليقاً وما يتعلق بحقوق الزملاء في المهنة الصحفية بالإضافة إلى ما يتصل بقضية السلام في العالم كله.[2]

- ميثاق الشرف الإعلامي العربي: اقر مجلس الجامعة العربية بتاريخ 14 سبتمبر 1978 ميثاق الشرف الإعلامي العربي، وجاء هذا الميثاق تنفيذا لميثاق التضامن العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربي بالدار البيضاء عام 1965، وقد رتب هذا الميثاق التزامات على الحكومات العربية حيال العمل الصحفي وممارسيه لم يشهد الواقع العربي في اقطار عديدة منه قبل وضع الميثاق وبعده، فقد نصت المادة 12 من هذا الميثاق على "تكفل الحكومات

---

(1) حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، 1994، ص 151.

(2) حمزة عبد اللطيف، مرجع سبق ذكره، ص 153.

العربية حرية الضمير المهني للعاملين في حقل الإعلام العربي، وتسهل لهم أمر القيام بواجبهم في نطاق روح هذا الميثاق، وعلى ضوء الأهداف العربية الكبرى المتفق عليها".[1]

كما نصت المدة 13 على "تكفل الحكومات العربية حرية تنقل الإعلاميين العرب في مختلف أرجاء الوطن العربي، كما تكفل لهم حرية العمل والتنظيم المهني".

ونصت المادة 14 على "تسهل الحكومات العربية حرية انتقال وتداول الصحف العربية وسريان الأخبار المذاعة، ولا تلجأ إلى المصادر أو الرقابة إلا عند الضرورة القصوى".

- أما فيما يخص الجزائر فقد كان ذلك حديثا ومبادرة من النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين التي أصدرت بتاريخ 13 أفريل 2000 ميثاق لأخلاقيات المهنة للصحفيين الجزائريين احتوى على مجموعة من الحقوق التي يتمتع بها الصحفي في الجزائر بإضافة إلى عدد من الواجبات التي يجب التزام بها تجاه نفسه ومجتمعه.

تعريف أخلاقيات مهنة الصحافة:

لا يعد مصطلح أخلاقيات الصحافة من المفاهيم الحديثة الظهور، إذا مضى عليه ما يقرب حتى اليوم من المائة عام، فقد ظهر لأول مرة في عام 1916 في دولة "السويد"، ثم انتقل بعد ذلك إلى "فرنسا" في عام 1918، ويعتبر هذا المصطلح من أهم الأسس التي تقوم عليها نظرية المسئولية الاجتماعية التي تعد من أهم النظريات الإعلامية[2] الهادفة إلى تنظيم العمل الصحفي في إطار من المسئولية

(1) حسن عماد مكاوي، أخلاقية العمل الإعلامي "دراسة مقارنة"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص152

(2) وليد النجار :أخلاقيات الصحافة، متاح /2008/9تم استعراضه بتاريخ22 ،http://soltanel3tor.maktoobblog.com

الاجتماعية، فقد أتت رداً على التجاوزات العديدة التي تمت في ظل النظرية الليبرالية؛ وخاصة منها التجاوزات الصحفية.

وتعرف أخلاقيات الصحافة بأنها مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وقيامهم بالوظائف الصحفية المختلفة. وتقوي هذه المعايير المهنية إحساس الصحفي بمسئوليته الاجتماعية أثناء قيامه بعمله الصحفي[1].

هي مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة لتشريع وتطبيقاته من قبل القضاء[2].

وقد عرفها "جون هونبرج" (John honbreg) على أنها "تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها"[3].

إن أخلاق المهنية للصحافي وردت في الصحافة الاشتراكية لـ: "لبرخوف" (Lberkhove) على أنها: "تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية لم تثبت قانونيا بعد ولكنها مقبولة في الوسائل الصحافية ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات الشعبية والحزبية".

(1) وليد النجار:أخلاقيات الصحافة، متاح /2008/9تم استعراضه بتاريخ22 ،http://soltanel3tor.maktoobblog.com.

(2) المرجع نفسه ص19.

(3) حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، 1994، ص153.

إذن فأخلاقيات المهنة الإعلامية هي مجموعة القواعد المسيرة لمهنة الصحافة أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحافي أثناء أدائه لمهامه، أو بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجد استحساناً عند الجمهور، كما أنها أيضاً جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحافي الالتزام بها بشكل في أداءه لمهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام.

فمهنة الصحافة محكومة في الأساس بمجموعة من الأخلاق العامة، مثل: الصدق والشرف والنزاهة وغيرها من الأخلاقيات الأخرى التي تهدف إلى تحسين الأداء الإعلامي، وقيام وسائل الإعلام برسالتها لما فيه صالح المجتمع الذي تؤدي وظائفها فيه. وهذه الأخلاقيات لا تخص مجتمعا دون آخر، فهي بمثابة مبادئ عامة، يشترك الصحفيون في كثير منها، مثل: ضرورة توفر عنصر الإنصاف، وعدم الانحياز، كما أن هناك مبادئ مشتركة توجه جميع الصحفيين لكي يقوموا بعملهم على النحو المطلوب، ويؤدوه بالطريقة الصحيحة[1].

ولكي تقوم الصحافة بوظائفها على نحو إيجابي ومسئول؛ فإن هناك ثلاث مسئوليات أساسية لا بد من الوفاء بها، وهي: مسؤولية الإعلامي إزاء المجتمع العام من ناحية؛ ومجتمعه المحلي من ناحية أخرى، وذلك من خلال إتاحة المعلومات للرأي العام، وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، ومسئوليته تجاه نفسه من خلال أدائه للرسالة الإعلامية بأقصى قدر من: الدقة والأمانة والصدق والموضوعية، ولما يعتقد أنه في صالح المجتمع[2]، ويؤدي إلى نهضته وتطوره.

---

(1) إيمن جوردان "كبير محرري الأخبار بشبكة" سي إن إن "مداخلة في برنامج" من واشنطن "حول مواثيق الشرف الإعلامية الصحيحة،
- http://www.aljazeera.net/NR/exeres/2BE18C39-6387-48F4-80C0-3D9BB84003DC.htm
تم استعراضه بتاريخ 2009/9/23.

(2) مداخلة وضاح خنفر مدير قناة الجزيرة "في برنامج" من واشنطن، م سابق.

وتتلخص أخلاقيات المهنة فيما يلي:

1) الصدق:

هو الدافع لأدبيات التعامل مع (المادة) الإعلامية، فالحقيقة هي المحور المحرك للإعلامي والوصول إليها ليس عن الطرق الملتوية ولا القصيرة المشوبة بما يخدش دقتها وصدقها وواقعيتها، بل يمكن الوصول إليها عن طرق صعبة ولكن سليمة لتكون مدعاة السرور وجلب الاطمئنان إلى التميز ومقارنة العمل من شخص إلى آخر في مجال المصدر صحيفة كانت أو إذاعة أو تلفازا، ذلك لأن الوسائل الإعلامية تسعى إلى الوصول إلى الحقائق عند الناس أو في واقع الوقائع ضمن بيئتها وزمانها، ولأن الحقائق ليست دوما في متناول من يريدها فلابد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق وفي ذلك جهد ومشقة.

2) احترام الكرامة الإنسانية:

مما يقتضب عرض الأخبار والصور بما لا يمس هذه الكرامة جماعية كانت (فئة أو ثقافة أو دين) أو فردية (مثل عرض صورة شخص دون إذنه) إن هذا يقتضي استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات، بحيث لا يجوز استعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص (مثل التسجيل أو التصوير الغير قانوني).

3) النزاهة:

وتعني تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر والتعليق أو الإشهار وبين الصالح العام والصالح الخاص (الاعتبارات الذاتية)، كما تفيد النزاهة التجرد من الهوى والاستقلالية في العمل وعدم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية(المنشأة) كانت أم خارجية (الجمهور) والضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بجميع أشكالها.

4) المسؤولية:

اي أنه يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية الصحة من أخباره بمعنى انه لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجته والحذر في نشره.

5) العدالة:

وتفيد بأن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات كما هم متساوون أمام وسائل الإعلام، ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على ان تكون هذه الوسائل تعبيرا عن فئة او ثقافة او جهة دون أخرى، وان العدالة تقتضي توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور والابتعاد ما امكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة.

(3) اهم مصادر تشريع قواعد اخلاقيات المهنة الصحفية:

توجد ثلاث مصادر رئيسية لأخلاقيات المهنية تتمثل في[1]:

أ) التنظيمات المهنية: إن الإجراء الغالب الذي تقوم به التنظيمات المهنية هو إصدار قواعد للسلوك المهني، لكن ما يتميز به هذه القواعد الصادرة عن هذه التنظيمات انه ليس لها القوة الإلزامية.

ب) السلطة العمومية: تقوم السلطات العمومية بفرض قوانين برلمانية ولوائح حكومية على الصحافة وتعتبر هذه القواعد ذات الصبغة القانونية الملزمة.

ج) التشريعات الدولية.

---

(1) عبد الحميد الشواربي، الجرائم التعبيرية " جرائم الصحافة والنشر"، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص213.

(4) إشكاليات أخلاقيات المهنة الإعلامية:

وتظهر أخلاقيات المهنة الإعلامية التي قد يتضمنها ميثاق الشرف الصحفي في أشكال عدة:

1. أخلاقيات خاصة بتعامل الصحفي أو الإعلامي مع مصادره: وهي أن يلتزم الإعلامي أو الصحافي بسرية المصادر من أن يكشف عن هوية واسم المصدر الذي استخلص الأخبار والمعلومات منه، وكذلك تشمل المسؤولية فيجب على الإعلامي أن يحرص على صحة معلومات المصدر ومصداقيتها لأنه سوف يكون مسؤولاً عنها اتجاه الجمهور وغيره من المتعلقين بالاتصال.
2. أخلاقيات خاصة بتعامل الإعلامي مع المواطنين من جمهور ووسائل إعلام: وتشمل عدم التطفل على الحياة الخاصة للآخرين والخوض في أمورهم الشخصية والكشف عن أسرار حياتهم الخاصة واستقلالها لتحقيق مصالح معينة سواء كانت شخصية أو عامة، ومن الجدير بالذكر أن الحق في التمتع بالخصوصية لا يمتلكه أصحاب الشخصيات العامة أو من يتولون المناصب المعروفة في المجتمع ذلك لان واجباتهم ووظيفتهم العامة تؤثر على حياتهم الخاصة.
3. أخلاقيات الخاصة بالإعلان: وهي مبادئ تقوم على الحرص على تجنب نشر الإعلانات الخاصة بالخمور والمخدرات والسجائر واليانصيب والمضاربات المالية، وعدم عرض الإعلانات التي تشمل على السب والقذف والألفاظ النابية وانتهاك الآداب وقضايا الجرائم والفضائح، الحرص على نسبة المادة الإعلانية المتفق عليها دوليا، الحرص على مضمون الإعلان وما يدعو إليه من قيم وسلوكيات قد لا تتفق مع معايير ومبادئ المجتمع والممارسات القومية، عدم استغلال المرأة أو الطفل كأداة ترويجية وبيعية، الحرص على أن يكون الإعلان سليم بحيث أن يكون مضمونه واضح لا يضلل الجمهور.

4. اخلاقيات خاصة بالسياسات التحريرية لوسائل الإعلام: وهي تقوم على الصدق والدقة في تحري الأخبار والإنصاف والتوازن وتجنب التحريف والتشويه.

5. اخلاقيات خاصة بحقوق الزمالة بين الإعلاميين: ذلك عدم الاعتداء على زملاء المهنة بالقذف أو السب أو المعاملة السيئة من احتقار أو السخرية من راي الأخرين او الاعتداء على حق زميل كسرقة مادته الإعلامية وانتحال آراء غيره ونسبها إليه.

6. أخلاقيات خاصة بوسائل الإعلام بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده: ويدخل في وذلك عدم التحريض على كل ما يخالف القيم والعادات والمعايير التي يقوم عليها المجتمع من إثارة الفاحشة، التحريض على العنف السلوكيات الشاذة، إثارة الشهوات من خلال عرض وتصوير الممارسات الجنسية أو كتابات تحتوي على ألفاظ نابيه تثير الشهوة وتحد على الانحلال والابتذال، وابرز مثال على ذلك ما جاء في الإفراج عن السجناء العراقيين في قناة الجزيرة، فتم تغطيه الأخبار فيها عن عمليات اغتصاب الرجال في السجون العراقية وعمليات التعذيب والضرب على أيدي السجانين، علاوة على عمليات السجن بحق النساء والأطفال، وتعرضهم لأبشع أنواع التعذيب والظلم والقهر، فهنا إظهار الصورة من جانب واحد فقط يرسل إشارات خاطئة إلى عموم الشعب وبالتالي قد يجر الشباب المتحمس إلى المزيد من الأفكار المتطرفة والغير قانونيه مثل العنف وغيره.

ويدخل في هذا المجال أيضا عدم التأثير على العدالة وسيرها مثل التعليق على القضايا المعروضة على القضاء والتدخل في الحكم وأفراد القضية واستغلالهم خاصة في القضايا الأحوال الشخصية، وعدم تجميل الجريمة وتحسين صوره المجرم ووصفه بالبطل وعرض تفاصيل جريمته مهما كانت آثارها السيئة، وتجنب عرض صور مرتكبي الجرائم حتى تحفظ لهم حقهم في عيش حياتهم المستقبلية.

7. أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للإعلاميين: وتقوم على أن يتمتع الإعلامي بدرجة عاليه من النزاهة بحيث يضع في فكره فكرة الإعلامي الصالح الذي يسعى إلى التفوق في مهنته ملتزما بقوانينها لا ساعيا وراء مصلحه شخصية أو ذاتية، وان لا يقبل أي رشاوى مغرية مقابل انجاز مصلحة للغير، أن لا يجمع بين عمله وجلب الإعلانات

بالرغم اختلاف الطريقة التي يتم وضع مواثيق الأخلاقيات بها، إلا أنها جميعا تسعى لأهدافهم محددة تتمثل في:

1. حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للاتصال أو ضد الأغراض الاجتماعية لها أو استخدامه للدعاية.
2. حماية القائمين بالاتصال من ان يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤوليتها أو احتمالية تعرضهم لإذلال أو لأي ضغط.
3. المحافظة على قنوات الاتصال المفتوحة، بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول في كل وقت على كل المعلومات عدا الظروف المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك بما يجعل في استطاعت الشعوب ان تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة وبحيث يكون في إمكانهم التعبير عن آرائهم المؤيدة أو المعارضة، باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

(5) اهمية اخلاقيات المهنة الإعلامية:

1. الإعلامي الناجح والموضوعي لا يحتاج دائما للقوانين ورقابة الحكومة لتنظيم مهنته فهناك أيضا الدوافع والرقابة الذاتية وأخلاقيات المهنة كضوابط للعمل الإعلامي، فأهمية أخلاقيات المهنة ترجع لكونها تعد بمثابة وجيهات داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها أثناء عمله المهني.

2. أخلاقيات المهنة هي مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لما هو صحيح وموضوعي في العمل الإعلامي، وهي تعتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية او الجماعة المهنية. (د. الصالح- 1422هـ-2002م- ص78).
3. اخلاقيات المهنة الإعلامية تفرض أن الرقابة يجب أن تكون ذاتية والرادع ايضا ذاتي فالإعلامي أو الصحفي ذو الضمير الذي يحرص على انتقاء معلوماته وأخباره من مصادر موثوقة عالية المصداقية بحيث يكسب فيها ثقة الجمهور، فشعور الإعلامي بالمسؤولية لا يمكن أن يفرض لحكم القانون، بل تأتي من رقابته الذاتية لنفسه والتزامه بمعايير المهنة الرفيعة، فكلما كان الإعلامي متفانيا في مهنته محبا لها ملتزما بقوانينها حصل على احترام وثقة الآخرين سواء داخل المنشأة (الزملاء والمسؤولين) او خارجها (الجمهور والمتلقين له ولأعماله).
4. الإعلامي يكون مسؤولاً تجاه العديد من الجهات فهو مسؤول بالدرجة الأولى أمام نفسه ومن ثم الجمهور والمعلنين والملاك للوسيلة الإعلامية وزملائه وأخيرا أمام المجتمع.

قواعد السلوك المهني:

إن الحاجة تدعو اليوم أكثر من أي وقت مضى إلى وضع قواعد للسلوك المهني في مجال المعلومات والإعلام على الصعيد الدولي. وينبغي بالتأكيد الاعتراف بالرقابة الذاتية لمنظمات الإعلام المهنية فيما يتعلق بهذه القواعد.

والصحافة مهمة اجتماعية قوامها الإعلام والتعليم، والصحفيون ملزمون لزاماً مطلقاً بالصراحة والاستقامة تجاه قرائهم، بالإضافة إلى التزامهم باحترام كرامة مهنتهم. فالهدف إذن هو ضرورة إقامة جهاز فعال يحمي الصحفيين من أي طلب غير ملائم أو غير لائق من قبل أصحاب المؤسسات التي يعملون فيها. ومقابل

ذلك، ينبغي على الصحفي أن يراعي مبادئ قواعد السلوك المهني التي ينطوي عليها ما يسمى "بالضمير المهني".

بدأ تدوين قواعد السلوك المهني للمرة الأولى في بداية العشرينات من هذا القرن الآن أقل من 50 دولة فقط من بين 200 دولة في العلم لديها نظم متطورة في الاتصال الجماهيري ذات مواثيق لأخلاقيات المهنة تؤثر بشكل فعال على القائمين بالاتصال أو تحمي التدفق الحر الإعلام.

فكثيراً ما تكون هذه القواعد قد وضعها واعتمدها المهنيون من تلقاء أنفسهم بينما في حالات أخرى يفرضها القانون أو مرسوم حكومي، فبجانب ما يتمتع به الصحفيون من حقوق وامتيازات وضمانات عليهم أن يلتزموا في المقابل بمجموعة من المسؤوليات والالتزامات يفرضها عليهم القانون ويعاقبهم جنائيا في حال مخالفتها.

1. تعريف قواعد السلوك المهني:

هي مجموعة من الضوابط التي يحكم من خلالها مدى التزام الصحيفة بأخلاقيات الممارسة الصحفية وهي التي ترتكز على مجموعة من النقاط التي اتفقت عليها معظم مواثيق الشرف الصحفي ومعايير الأداء المهني التي وضعتها الهيئات الصحفية مثل مجالس الصحافة ونقابات واتحادات والجمعيات، روابط الصحفيين في العالم والخبراء وأساتذة الصحافة والإعلام.[1]

أو هي المبادئ والقيم التي يتعين على الصحفي الالتزام بها ومراعاتها عند ممارسة عملية الصحفي، إذ إنها الوسيلة التي تضيء له الطريق وتوجهه في مختلف

(1) جابر محجوب علي محجوب، مرجع سبق ذكره، ص18.

المواقف والموضوعات التي يواجهها في العمل، التي تصون له كرامته وتحميه من التعرض لأي إذلال أو ضغط وتجعل قلمه لا يسمع سوى صوت ضميره.[1]

2. معايير أو مبادئ مواثيق السلوك المهني: تتمثل في[2]:

- إن الإعلام مسألة مقدسة ينبغي أن يكون دقيقا غير محرف أو مكبوت أو مخادع.
- ضرورة الفصل بين المعلومات أو وظيفة الأخبار والتعليق أو وظيفة التعليق إبداء الرأي.
- ان يخدم النقد والتعليق المصلحة العامة لا أن يكون هدفه مجرد الافتراء أو تشويه السمعة.
- تتضمن كل المواثيق فقرة تتصل بالحفاظ على سر المهنة.

قواعد السلوك المهني قد تهدف إلى حماية واحد أو أكثر من الفئات التالية:[3]

- حماية المستقبل "القراء، المشاهدين، المستمعين" أي الجمهور بصفة عامة.
- حماية العاملين في وسائل الاتصال من مهنيين.
- حماية مصالح ملاك الوسائل "قد يكون هذا مالك شخصاً أو مجموعة مساهمين أو حكومة".
- حماية الذين تقع عليهم المسؤولية القانونية عما ينشر من مادة غير مسؤولة أو غير قانونية.
- معالجة قضايا المعلنين وغيرهم ممن يشترون خدمات وسائل الإعلام.

---

(1) حسن فوزي عمر، المسؤولية المدنية لصحفي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص 45

(2) ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص 243.

(3) ليلى عبد المجيد، مرجع سبق ذكره، ص 244

3. أشكال مواثيق الإعلام:

لمواثيق للإعلام أشكال متعددة منها:

- مواثيق خاصة بوسائل الاتصال جميعها وهي الصحافة، الكتب السينما، المسرح، الإذاعة الإلكترونية الاتصال بالحاسب الإلكتروني.
- مواثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي (التعليمي، الإعلامي، التسلية، الإعلان المباشر أو الممول...).
- مواثيق تتناول وسيلة واحدة كصحافة أو الراديو أو التلفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الإلكتروني.
- مواثيق تتناول جانباً معيناً أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال كان تغطي في الصحافة مثلا التحرير(الأخبار، الأحداث الجارية أو طرف الترويج...الخ).

والمواثيق نوعان:

أ. مواثيق الإلزامية أو الإجبارية:

في هذه الحالة تحمل المواثيق بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير السلوك المهني أو ينتهكونها ويدخل في هذا الاحتقار أو التأديب العام أو الوقت المؤقت عن مزاولة المهنة.

ب. مواثيق اختيارية:

أي تقوم على أساس رغبة واردة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم [1].

---

(1) ليلى عبد المجيد، مرجع سبق ذكره، ص 245.

ويرتبط هذا بطريقة وضع الميثاق الأخلاقي لهم:

- فهناك مواثيق يصوغها العاملون في وسائل الاتصال ومن ثم تسعى لخدمة مصالحهم أكثر من خدمة مصالح الجمهور هذا من جهة ومن جهة أخرى هم ملتزمون بتنفيذها باعتبارها تنظيماً ذاتيا لهم.
- بينما هناك مواثيق تعرض على المهنة تفرض على المهنة (من غير العاملين بها) ويكون لها درجات مختلفة من الفاعلية وفي هذه الحالة تخدم بشكل او بأخر الجمهور.[1]

4. أهداف مواثيق اخلاقيات العمل الإعلامي:

بالرغم من الاختلافات التي يتم وضع مواثيق الأخلاقيات بها إلا أن جميعها تسعى إلى أهداف محددة هي:[2]

- حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول الاتصال أو ضد الأغراض الاجتماعية له أو استخدامه للدعاية.
- حماية قائمين بالاتصال من ان يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤولياتها أو يتعرضوا للإذلال أو لأي ضغط ليقولوا أو يفعلوا مالا تمليه عليهم ضمائرهم.
- المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول في كل وقت على كل المعلومات عدا الضروف المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك بما يجعل في ذلك استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة، بحيث يصبح في إمكانهم التغيير على آرائهم المؤيدة او المعارضة باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخري.

(1) ليلى عبد المجيد، مرجع سبق ذكره، ص 248.

(2) مرجع نفسه، ص249.

هذه الزوايا الثلاث تشكل — بصفة عامة— فلسفة مواثيق أخلاقيات المهنة وإن كانت هناك بعض المواثيق تصاغ لتصبح أداة منت أدوات الحكومة للرقابة على الصحف.

5. أهم مفاهيم قواعد السلوك المهني للصحفيين:

إن معظم قواعد السلوك المهني تشير إلى مفاهيم هامة توضح لصحفي ما له وما علية تتمثل في:

- ضمان حرية الإعلام والصحافة: يري الإنجليزي "شيريدان" خير لنا أن نكون بدون برلمان من أن نكون بلا حرية صحافية، الأفضل أن نحرم من المسؤولية الوزارية ومن الحرية الصحافية الشخصية ومن حق التصويت على الضرائب على أن نحرم من حرية الصحافة وذلك أنه يمكن بهذه الحريات وحدها إن عاجلا أم آجلا أن تعيد حريات أخري حيث تلعب حرية الصحافة دوراً كبيراً ليس في الوصول إلى الحقيقة فحسب بل إنها تشعر الصحفي بالارتياح والطمأنينة، وتكون بمثابة الغذاء بالقياس إلى أجسام البشر.[1]
- حرية الوصول إلى مصادر معلومات موضوعية: إن مطالب الصحفيين الوصول إلى المعلومات الموضوعية والعمل على بثها ونشرها كما يطالبون بالحق في حرية التعبير عن آرائهم.
- الدقة والصدق وعدم تحريف عرض الحقائق: إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة المتميزة والحق هو بذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوي الإخباري للصحفية دقيقاً خاليا من أي تزييف وتغطيه جميع الجوانب وتنشر بعدالة.[2]
- الحق في المعرفة: يعتبر الحق في المعرفة من بين الحقوق الإنسانية والأساسية للإنسان ويقصد به حق المواطن في معرفة ما يدور في التنظيمات الحكومية

(1) خليل أحمد صابات – الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، القاهرة، دار المعارف، د.ت.ن، ط2، ص272

(2) مرجع نفسه، ص138

ويعتبر حرمان المواطن من هذا الحق حاجز أمام مصداقية الأعلام وصيرورة الديمقراطية كما أنه يدفعنا لتساؤل عن حرية الصحافة الحقيقية[1].

- الموضوعية وعدم الانحياز: تعتبر افضل طريق للوصول إلى الحقيقة النهائية، فالموضوعية هي نقيض الذاتية، وتعني أن يعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور بدون تأثر مباشر بأمور الذات وقضاياها واهتماماتها، ولا بعواطف والتصورات، فالصحافي الحق يتجرد من أهوائه الحزبية والفكرية، الاجتماعية والسياسية حين يصوغ الخبر [2].
- المسؤولية: إزاء الرأي العام وحقوقه ومصالحه اتجاه المجتمعات القومية والعرقية والدينية والأمة والدولة والدين والحفاظ على السلام، حيث يري الدكتور "مختار التهامي" "في الصحافة والسلام العالمي" نحن نلقي على عاتق الأسرة الصحافية العالمية مسؤولية ضخمة ونطالبها باسم شرف المهنة الصحافية وباسم الإنسانية وباسم الشعوب التي وثقت فيها واعتمدت عليها أن لا تخون هذه الشعوب في المرحلة الحرجة من التاريخ مجتمعنا الدولي الحديث، بل من التاريخ الجنس البشري بأجمعه، أن تتقدم إليه بالحقيقة الكاملة عن الأوضاع والتيارات التي تسيطر على مجتمعنا الدولي المعاصر وتتحكم في حياة الملايين ورفاهيتهم وطمأنتهم دون مجاملة لأحد أو رهبة من أحد [3].
- النزاهة والاستقلالية: أن والاستقلالية عبارة عن معيار أخلاقي مهني متعلق بالسلوك الفردي وعليه استقلالية المهنة ونزاهة العامل في جمع ونشر الأنباء والمعلومات والآراء على الجمهور، ينبغيّ مد نطاقها لا لتشمل الصحافيين المحترفين وحدهم، وإنما لتشمل أيضا كل العاملين الآخرين المستخدمين في رسائل الإعلام الجماهيري[4].

---

(1) أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات والإعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، ص71.

(2) حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، 1994اص221

(3) خليل صابات، مرجع سبق ذكره ص 271

(4) أحمد زكي بدوي، مرجع سبق ذكره، ص71.

- ضرورة الامتناع عن التشهير والاتهام الباطل والقذف والحياة الخاصة: الصحفي حقيقة مطالب بامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان أو تنقص من اعتباره أو تسيء إلى كرامته وسمعته، فلكل منا حياته الخاصة التي يحرص أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير فحياة الناس الخاصة وأسرار عائلته ومشاكلهم الشخصية كلها أمور لاتهم الرأي العام، ولا تعني المصلحة العامة بل إن الخوض فيها يمس حقاً مقدساً من حقوق الإنسان وهو حريته الشخصية في التصرف والقول والعمل بغير رقيب إلا القانون والضمير، ويترتب على مخالفة هذا المبدأ في بعض الأحيان الوقوع في الجرائم التي ترتكب من خلال الوسائل العلانية وهي جريمة القذف والسب[1].
- حق الرد والتصويب: أصبح الحق في الرد والتصويب ضرورة فرضتها الظروف، كما أنه لا يقتصر على حق الإنسان في الحصول على المعلومات بل يشمل أيضاً الحق المرتبط به والترتب عليه وحقه في إعلام الغير وإكمال المعلومات الناقصة وتصويبها عندما تكون زائفة.
- احترام السرية المهنية: السرية المهنية هي حق والزام في الوقت نفسه، وهدفها هو حماية الصحافيين وحرية الإعلام على حد سواء وتيسير الوصول إلى المعلومات تجنب خداع ثقة الجمهور بعدم إعاقة الصحفي بممارسة مهنته باللجوء إلى أي ضغط أو ترويع أو نفوذ لحمله على تقديم رواية غير صحيحة أو محرفة عن الحقائق وهكذا فالصحافي ملزم بأن يمتنع عن نشر المعلومات الزائفة أو غير المؤكدة[2].
- العدل والإنصاف: العدل والإنصاف من السمات الإنسانية، وأكثر الأمور ارتباطا بالمهنة، لأن الصحفي هو العين المبصرة والأذن الصاغية للناس كافة، لذا عليه أن يكون عادلاً ملتزما بالحقائق الفعلية.

(1) خليل صابات، مرجع سبق ذكره، ص 271

(2) أحمد زكي بدوي، مرجع سبق ذكره، ص 73.

- الحفاظ على الآداب والأخلاق العامة: يقصد بالأدب والأخلاق العامة مكل ما يتصل بأسس الكرامة الأدبية بالجماعة وأركان حسن سلوكها ودعائم سموها المعنوية وعدم الخروج عليها أي مواجهة اعتبارات المجتمع على وجوب رعايتها في العلنية على الأقل[1].

6. العلاقات التي تنظمها قواعد السلوك وأخلاقيات المهنة:

إن قواعد السلوك أو أخلاقيات المهنة تنطبق في دوائر هي:

أ. علاقة ذوي المهن ببعضهم البعض:

إن العلاقة بين ذوي المهنة الواحدة تحكمها مبادئ أربعة أساسية تتمثل في[2]:

- مبدأ اللياقة في التعامل والمحافظة على وشائج المودة.
- مبدأ التعاون والمساعدة المتبادلة.
- مبدأ الاستقلال المهني في مباشرته لأعمال مهنته.
- مبدأ المسؤولية الشخصية لكل مهني عما يقوم به من أعمال.

ب. علاقة ذوي المهن بالعملاء:

تعد المهنة الحرة مرفقا عاما "Un service public" تخلت الدولة عن إدارته لمؤسسة مهنية (كنقابة مهنية مثلا) تركت لها تنظيم كيفية أداء هذه الخدمة للجمهور، فالغرض الأساسي من تنظيم المهنة هو ضمان حسن أداء الخدمة المهنية لجمهور المنتفعين بها، أي لعملاء المهن، ولذلك لم يكن غريباً أن تحتل علاقة المهني بعملائه حيزاً أساسيا ضمن قواعد الأخلاقيات في المهن المختلفة.

(1) أحمد زكي بدوي، مرجع سبق ذكره، ص74

(2) جابر محجوب علي محجوب، مرجع سبق ذكره، ص18

الحق أن القواعد الأخلاقيات تفرض عديداً من الواجبات التي تثقل كاهل المهني في مواجهة العملاء، هذه الواجبات يمكن تكريسها في مبدأين أساسيين:

- مبدأ اللياقة والنزاهة.
- مبدأ التفاني في الخدمة.[1]

ج. علاقة واجبات المهني تجاه المهنة والجهة المشرفة عليها والمجتمع:

إلى الجانب علاقة بزملائه وعلاقته بعملائه، فإن المهني يرتبط كذلك بالمهنة التي يمارسها، حيث يعد مرآة لها في نظر العامة، ومن ثم فإنه يجب أن يقدم صورة مشرفة للمهنة التي ينتمي إليها، وذلك بالابتعاد عن كل تصرف يكون من شأنه الحط من كرامة المهنة في المجتمع كما يتعين عليه أن يلتزم بفرضه الجهة المشرفة على المهنة من واجبات، إضافية إلى ذلك فإن المهني يرتبط بالمجتمع الذي يعيش فيه والذي يجب أن يواكب حركته وان يساهم في الحفاظ عليه وتنميته، ولذلك فإن قواعد أخلاقيات المهنية تكرس في نصوصها واجبات المهني تجاه المهنة والجهة المشرفة عليها المرجع والمجتمع.[2]

7. العوامل المؤثرة في عناصر السلوك المهني:

كما سنسلط الضوء على أهم العوامل التي تؤثر على أخلاق المهنة، لكي يتجنبها القائم بالاتصال نظرا لسلبياتها وتأثيراتها الكبيرة على مهنته وجمهوره وبالتالي تؤدي إلى إعلام فاشل يتنافى ومبادئ الرسالة الإعلامية، ومن أهم العوامل نجد:

- الرقابة: تعد كلمة الرقابة من أقسى الكلمات وأشدها في المجال الإعلامي، رغم أن الحرية الإعلامية المطلقة غير ممكنة أو لا وجود لها، فإن الرقابة

(1) جابر محجوب علي محجوب، مرجع سبق ذكره، ص46.

(2) المرجع نفسه، ص 47.

السياسية والقانونية المباشرة وغير المباشرة ليست الوسيلة المهمة للحفاظ على المجتمع وحمايته من أخطار مهنة الصحافة، ونجد الرقابة مكانا أوسع في الأنظمة السياسية للدول النامية والدول الإشتراكية.

- الاحتكار: إن الاحتكار محرم دينيا بالنسبة للمسلمين، لكنه يطغى في الأنظمة الرأس مالية حيث أن خضوع الصحافة واحتكارها يتجسد ميدانيا لأصحاب رأس المال فله دور سلبي على حرية الصحافة واستقلاليتها، مما يجعل الوسائل الإعلامية في يد اكبر المساهمين في المؤسسات الإعلامية، وبالتالي الرأي العام، إذن فالاحتكار في المجال الإعلامي ينفي الحرية وهو الطريق الوحيد لتحكم القلة في الأغلبية، وخضوعها لأوامر أصحاب رؤوس الأموال.[1]
- المنافسة: لقد أصبحت المنافسة تسيطر على الصحف قصد تحقيق المبيعات وجلب الإيرادات مما يدفع في بعض الأحيان العديد من الصحف والإعلاميين لتتبع مسالك غير قانونية قصد تحقيق الهدف سالف الذكر، وهي طرق غير شريفة ولا تقبلها الكرامة الإنسانية، كما تعتمد بعض هذه الصحف على تقديم هدايا مختلفة ومعتبرة دون مقابل قصد استمالة القراء، مما يؤدي إلى جعل نجاح هذه الصحيفة مرهونا بهذه الهدايا.
- الإعلان: يعتبر من أهم المعضلات التي تواجه العمل الصحفي، شأنها شأن المشاكل الأخرى كالرقابة والحرية في المجال الإعلامي، ونحن نعرف أن الصحف لا تقتصر على بيع الأخبار فالإعلان "يعد من أهم المصادر لجمع الأموال للصحف، فأي جريدة ومهما كان توزيعها لا يمكنها تغطية تكاليف الإنتاج إلا بنسبة ضئيلة تقدر بالثلث (1/3)، في حيث الثلثين (2/3) من تكاليف تغطيتها تأتي من الإعلانات مما يجعلها تحت سيطرة أصحاب الإعلانات ورؤوس الأموال" [2].

---

(1) عبد اللطيف حمزة، مرجع سبق ذكره، ص100

(2) مرجع نفسه، ص64

- الصحف الحزبية والجمعوية : وجودها مرتبط بوجود تعددية سياسية، تمتاز بالتدخل في الشؤون الشخصية للمؤسسات والقائمين بالعملية الإعلامية، وفي هذا النمط المؤسساتي يتوجب عليهم الفصل بين انتمائهم السياسي والحزبي وبين ما هو قائم أثناء تأدية مهنتهم.
- الرشوة: هي من أقبح التصرفات والسلوكات التي يجب على الصحفي الابتعاد عنها، لأنها تجعل القارئ يشك في أمانته ونزاهته المهنية، وهي سلوكيات غالباً ما تكون سرية غير مصرح بها، وتتخذ اشكال متباينة كدعوة إلى غداء، تذكرة سينمائية... الخ، فالأخلاق المهنية الصحفية تمنع هذا النمط من التعاملات المؤثرة على المهنة لأنها تزعزع مصداقية الوسيلة الإعلامية وتشكل خطرا حقيقيا على مهنة الصحافة.
- الأكاذيب والافتراءات : تؤكد المبادئ الأخلاقية على ضرورة الابتعاد ونبذ الصحفي لها، لكن العالم المعاصر يشهد في ميدان الصحافة على وجود العديد من المخادعين والغشاشين تسللوا إلى مهنة الصحافة مما جعل صحافة العصر الحالي صفحاتها مليئة بهذه الافتراءات.[1]
- بذاءة الأسلوب: ويقصد بها استعمال القائم بالاتصال عبارات إباحية وجارحة، وأن قليلا من الصحف يسمح باستعمال هذا النمط التعبيري، والقاعدة الأساسية السائدة أن جميع الصحف تترفع عن استعمال أي كلمة إباحية جارحة أو مخجلة، بالإضافة إلى هذه العناصر يوجد عنصر القذف الذي يساهم في تدمير وتشويه شخصية معينة عن طريق نشر معلومات وأخبار كاذبة، وللحد من هذه الظاهرة السلبية ظهرت قوانين خاصة بالقذف، تعمل على حماية المواطنين إذ تعتبر هذه القوانين الأداة التي تمكننا من التأكد من التزام الصحفيين بمبادئ المهنة، ولكي لا يقع الصحفي في مخاطرة يجب عليه معرفة الحقائق المتوفرة لديه والإلمام بكل الأمور القانونية.

(1) عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص137.

8. مخالفة قواعد أخلاقيات المهنية:

يترتب على مخالفة الصحفي الآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة نوعين من الجزاءات.

الأول: المسؤولية الجنائية: التي تنجم عندما يتشكل هذا الإخلال جريمة من الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو قانون تنظيم الصحافة[1].

الثاني: مسؤولية تأديبية: حيث يعتبر ميثاق الشرف الصحفي كل مخالفة لأحكامه -ومنها أخلاقيات وآداب مهنة الصحافة- انتهاكا لشرف مهنة الصحافة وإخلالاً بالواجبات المنصوص عليها في قانون نقابات الصحفيين[2].

- حماية الصحفيين[3]: تشكل حماية الصحفيين عنصراً أساسياً في النظام العالمي للإعلام والمعلومات. وينبغي توسيع نطاق هذه الحماية لتشمل العلاقات بين الصحفي وأصحاب المؤسسة التي يعمل فيها، وان تمكنه من صون حرية تفكيره وتحليله في وجه أية محتملة، وان تقيه أثناء تأديته وأجباته المهنية سواءً كان يعمل في الخارج أو في بلده او كان يؤدي مهمة خطيرة أو يعمل في ظروف طبيعية.
- حق التصحيح: لا يحقق وظيفة الإعلام الاجتماعية هدفها إلا إذا كانت المعلومات المنقولة صادقة وموضوعية ومطابقة للواقع. ويخون الصحافي رسالته إذا أعطى معلومات زائفة أو مغرضة أو مشوهة أو إذا كانت تمليها عليه اهتماماته ومعاييره واختياراته الخاصة.

---

(1) د. أشرف رمضان، مرجع سبق ذكره، ص280.

(2) مرجع نفسه، 281

(3) د. مصطفى مصمودي: سلسلة عالم المعرفة، العدد(94) تشرين الأول/1985، الكويت.

ينبغي تعزيز حق التصحيح هذا باستجواب الفرد أو الكيان القانوني المتهم بانتهاك مبادئ الواجبات المهنية أو بنشر معلومات كاذبة أو تتسم بالتحيز، أمام هيئة ثلاثية دولية تضم ممثلين عن الدول وممثلين عن المهنة وأشخاصاً حياديين معروفين بنزاهتهم الأخلاقية وكفاءتهم في مجالات الإعلام.

مواثيق الشرف الصحفي:

قد يبدو الخوض في مدى حاجة المؤسسات الصحفية والصحفيين، والمجتمع بوجه عام، إلى ميثاق شرف صحفي هو من نافلة القول، فهذه المواثيق هي عرف صحفي عالمي متبع، وقد مضى على ظهورها حتى اليوم فترة ليست بالقصيرة، كما سبقت الإشارة إليه، ومن ثم فهي قد استقرت اليوم في وجدان الممارسة الصحفية العالمية، وأصبحت -حتى ولو قولاً- متداولة في مختلف البيئات الصحفية، وقد يكون من غير الوارد عدم معرفة الصحفيين بها؛ فضلا عن سماعهم بها، وبخاصة منهم القادمون من كليات الإعلام وأقسامه المختلفة، أو من التحق منهم بدورات متخصصة في هذا المجال، أو خضع لتدريب متخصص.

غير أن الممارسات: العالمية والعربية تقول لنا غير ذلك، فمهما كانت هذه المواثيق مستقرة في التراث الصحفي العالمي، وتجد صداها اليوم في الممارسات الصحفية المحترفة، فإن هناك بعض الخصوصيات التي تظل في حاجة إلى أخذها بعين الاعتبار في هذا المجال، ومن ثم فإن إنجاز أي عمل من هذا النوع يعد إحدى الإضافات الهامة، وأحد جوانب التميز التي تحسب للمؤسسات الإعلامية والصحفية.

ويذكر مدير قناة "الجزيرة" التي استطاعت في عام 2004 أن تنجز "ميثاق شرف صحفي" خاص بها- يذكر بعض المبررات الداعية إلى إنجاز هذا العمل، وهي: توسع المؤسسة الإعلامية، وانتشار مراسلين لها في مختلف أنحاء العالم، فقد وصل عدد مكاتبها في الوقت الراهن إلى 23 مكتبا موزعة على مختلف قارات العالم، كما بلغ عدد مراسليها 70 مراسلا، ينتشرون في أرجاء العالم، ومن ثم يصبح إنجاز

ميثاق شرف صحفي، في ضوء هذه التطورات – وفقا لمدير القناة–، بمثابة "دستور" يحكم العلاقة بين الأطراف المختلفة، فيعرف كل واحد من العاملين حدود مزاولة مهنته، وحقوقه وواجباته، وغيرها من الجوانب الأخرى التي ينظمها هذا الميثاق، فضلا عن أن إنجازه، يعتبر خطوة مهمة في مسيرة التأصيل والتأطير، وإيجاد الأدبيات لما صار يعرف اليوم بالمدرسة الإعلامية العربية، ناهيك عن أنه يعتبر مادة مكتوبة، يمكن للجمهور محاسبة قناة "الجزيرة" وفقا لها[1].

ومن جانب آخر، يشير "كبير مديري الأخبار" بشبكة ال"سي إن إن" إلى وجود سبب في كل يوم – تقريبا – يدعو إلى مراجعة بعض المعايير والممارسات منوها في هذا الخصوص إلى وجود ثلاثة وثائق منفصلة تنظم العمل الصحفي في هذه الشبكة، أحدها، ميثاق أخلاقيات العمل، والثاني: معايير العمل، والأخير: يحدد أسلوب الممارسة المهنية Style book [2].

ويرجع ظهور مواثيق الشرف الصحفية على الصعيد الدولي إلى عام 1913، وذلك لغرض تحسين الأداء الإعلامي، وتوجيهه لصالح جمهور المتلقين، ويعتبر ميثاق "قواعد الأخلاق الصحفية" الصادر في واشنطن عام 1926 اقدم هذه المواثيق، كما نشأ في ذلك العام "الاتحاد الدولي للصحافيين"، واتخذ عددا من الإجراءات الهادفة إلى تنظيم المهنة ذاتيا بواسطة المهنيين من رجال الصحافة من بينها: إنشاء المحكمة الدولية للشرف في عام 1931، وتطبيق ميثاق الشرف المهني الذي صدر في عام 1939[3]. ونص هذا "الاتحاد" على التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، يؤكد على مدى أهمية العوامل الذاتية في عملية تنظيم هذه المهنة، وهو نفسه ما ينادي به اليوم كثير من أرباب المهنة الحقيقيين، وخبراءها المعروفين، ويراهنون على قدرة الآليات الداخلية على تنظيم مهنة الصحافة، والتصدي

---

(1) أيمن جوردان، م سابق.

(2) 8 إيمان برس :أخلاقيات المهنة الصحفية، متاحhttp://inyomi.biogspot.com/2007/04/blog-post_2126.html

تم استعراضه بتاريخ 2009/9/22.

(3) وليد النجار، م سابق.

للممارسات الخارجة وغير المهنية التي تتم في بلاط صاحبة الجلالة، ومن ثم فإن المطلوب هو الالتفات إلى هذا الجانب الذي أدرك أهميته "الاتحاد" المذكور في وقت مبكر، وتفعيل آلياته الحالية، واستحداث غيرها متى استدعت الحاجة ذلك.

ويوجد اليوم ما يزيد عن 50 دولة في العالم لديها مواثيق شرف صحفية، تم إصدارها إما بطريقة اختيارية من خلال المنظمات المهنية، أو مجالس الصحافة، أو تم فرضها عن طريق السلطة[1] وتتفق هذه المواثيق بدرجة كبيرة على ضرورة الالتزام بالحقيقة والدقة والصدق والأمانة والعدالة والإنصاف، أما فيما يتعلق بأخلاقيات جمع ونشر المواد الصحفية فتؤكد هذه المواثيق على ضرورة إتباع الصحفيين للطرق المشروعة في الحصول على المعلومات الصحفية، والالتزام بأقصى المعايير الأخلاقية للمهنة، وفيما يخص قيم النزاهة الشخصية فقد اتفقت مواثيق الشرف الصحفية في العالم على عدم جواز انتحال موضوعات الآخرين وموادهم وآرائهم، وضرورة جمع المعلومات ونشرها بأمانة، كما نصت معظم هذه المواثيق على عدم نسبة الصحفي مادة صحفية خاصة بالآخرين لنفسه، واعتبرت القيام بذلك عملا مهنيا مشينا، وغير أخلاقي، وغير قانوني، وأن الصحفي الذي يقوم بهذا العمل لا يستحق أن ينتسب إلى المهنة، مشيرة إلى ضرورة احترام حقوق المؤلفين عند الاقتباس منهم، أو الاستعانة بأعمالهم ومراعاة الإشارة إليهم، وتطالب بعض (هذه المواثيق بالالتزام بقواعد حق المؤلف التي تنظمها القوانين المحلية والعالمية)[2].

(1) السيد بخيت: حقوق وواجبات الصحفيين في مواثيق الشرف في العالم) دراسة مقارنة(، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد207- الثاني -العدد الرابع، أكتوبر/ديسمبر2001168

(2) http://www.ayamm.org/arabic/Media%20codes.htm تم استرجاعه بتاريخ 2008/9/22

نماذج من بعض ما ورد في مواثيق الشرف الصحفي:

تؤكد المواثيق الصحفية على أهمية الأمانة الصحفية في سياق علاقتها بعدد من القيم الصحفية وأخلاقياتها الأخرى، مؤكدة على عدم الخلط أو التداخل بين ضرورة مراعاة هذه القيم من ناحية؛ وبين ممارسة الحرية من ناحية أخرى. وفيما يلي بعض ما ورد في هذه المواثيق في سياق الأمانة الصحفية:

- ينص "ميثاق شرف الفيدرالية الدولية للصحافيين" على استخدام الصحفي لوسائل مشروعة للحصول على الأنباء أو الصور أو الوثائق، ويعتبر تجاوزا مهنيا خطيرا قيام الصحفي بأي من: الانتحال، التفسير بنية السوء، الافتراء، الطعن، القذف، الاتهام على غير أساس.
- ورد في البيان الصادر عن (جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية) بأن الصحافة تتطلب من الذين يمارسونها الا يكونوا مجتهدين وذوي معرفة فحسب؛ بل وأن يحاولو الوصول إلى مستوى من الأمانة والكرامة، بما يتفق مع الالتزام الفريد للصحفي.
- أما "ميثاق الصحفيين العرب" فيذهب إلى أن أول واجبات الصحفي وأهمها البحث عن الحقيقة وتحري الدقة، وتحمل مسئولية الرسالة الإعلامية الصادقة، والالتزام بأمانة المهمة وشرف المهنة على أسس ميثاق الشرف الصحفي العربي، وتحكيم الضمير المهني وأخلاقيات العمل الصحفي وتقاليده، واحترام القانون العادل، وأحكام القضاء النزيه، مؤكدا على أن سر المهنة؛ يظل قائما في ضمير الصحفي الملتزم بالقوانين، ومواثيق الشرف المهنية.
- انتهى المؤتمر العاشر لاتحاد الصحفيين العرب بالقاهرة المنعقد في شهر أكتوبر من عام 2004 إلى ان الحرية المطلقة، تقود حتما إلى الفوضى المطلقة، والحرية المسئولة أمام القانون العادل والضمير المهني السليم هي التي تؤسس لمجتمع: التقدم والعدل والمساواة والاستنارة والديمقراطية.
- ورد في "مشروع ميثاق الشرف الصحفي اليمني" بأن إنتاج الصحفي يجب أن يكون أصليا، وتعد سرقة مقالات وأخبار الغير، أو أجزاء منها خرقًا مهنيًا

جسميا وفيما يتعلق بالاقتباس اوضح "المشروع" بأنه يجب ان يكون دقيقاً، وليس تقريبيّاً، وأن تكون الكلمات بين علامتي اقتباس كما هي مرددة أو مكتوبة بالتحديد[1].

التجاوزات الصحفية ممارسة عربية شائعة:

تجدر الإشارة إلى أن التجاوزات الصحفية بمختلف أشكالها وألوانها، تبدو ممارسة عربية شائعة، وهما يشترك فيه العديد من الدول العربية، ويتضح هذا من خلال الآتي:

1. التقارير الصحفية المتخصصة بمراقبة الأداء الصحفي، ومن أبرزها التقرير المغربي الصادر في عام 2007، ومما جاء فيه (... ومن خلال متابعتها لهذه الظاهرة المتفشية في الصحافة، فإن النقابة تقوم برصد مجمل الخروقات والتجاوزات، وقد لاحظت أن هذه الظاهرة تزداد احتداداً، بل إن الصحافة عرفت جيلا جديدا من "المحترفين" في عدم احترام أخلاقيات المهنة، عن سبق إصرار وترصد؛ ويمارس هؤلاء نوعا من الإرهاب الفكري على كل من يطالب باحترام أخلاقيات المهنة، ويستهينون بهذا المطلب ويهاجمون كل من يدافع عنه، في تحد سافر لكل الأعراف المهنية).
2. اهتمام بعض الصحفيين برصد هذه الممارسة الخارجة، وتناولها من خلال: مقالات، أو تحقيقات، او مقابلات صحفية، أو غيرها من المواد الصحفية الأخرى، ومن أمثلها العناوين التالية: "صحافيون بلا أخلاق في صحافة ارتزاق"، و "قراصنة يحترفون "كوبي..بست" لتجريد الإعلاميين من ممتلكاتهم"، و"الأمانة الصحفية والتعدي على حقوق الغير".
3. النقاشات الدائرة في عدد من الفعاليات الثقافية، وتكريس بعضها لمناقشة هذه القضية على نحو خاص، ومنها تنظيم منتدى "مؤسسة أخبار اليوم" المصرية حوارا حول: الأخلاق الصحفية وميثاق الشرف الصحفي.

---

(1) حسن عماد مكاوي :أخلاقيات العمل الإعلامي دراسة مقارنة، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994 ، ص3

وجراء هذا الوضع؛ يطالب -مثلا- رئيس التحرير السابق لصحيفة "الوفد" الحزبية المصرية الصحافة العربية الحرة أن تلتزم من ذاتها بحماية الأخلاقيات، بدل أن يأتي ذلك من قوانين تسلطية تعسفية تفرضها الحكومات، بعد أن تحولت المهنة في يد البعض إلى سكاكين تخبط خبط عشواء، تدمي لحوم البشر دون إحساس بالمسؤولية، على حد قوله.

السرقة الصحفية:

تعرف السرقة الصحفية، أو ما توسمها إحدى الصحفيات في موقع "إسلام أون لاين" بـ "القرصنة"، بأنها: قيام فيروسات السرقة بالسطو على الأعمال الصحفية المنشورة، مرتدية ثوب الذكاء أحيانًا، إذ تخطف الكلمات وتُدخلها لمقصلة التغيير والتحريف، وفي أحيان كثيرة تكون فيروسات غبية، تعتمد على النسخ ثم اللصق.

أسباب انتشار السرقات الصحفية:

يمكن النظر إلى ظاهرة السرقات الصحفية في إطار مجتمعي واسع، وساعتها فمن الوارد تفسيرها في إطار الخلل العام الذي ينتاب منظومة القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع. فـ "أخلاقيات مهنة الصحافة ليست بدعا عن أخلاقيات المجتمع"؛ على حد قول أحد الصحفيين، غير أن هذه النظرة تدفع بهذه الظاهرة إلى فضاء واسع، يحتاج التعاطي معها إلى وقت طويل، ويتطلب تآزر كافة قوى التغيير المجتمعية، وتكاتف جهودها وتكثيفها، ومن ثم يغدو التعاطي مع هذه القضية على نطاق أضيق أمراً ملحاً، بما يمكن من تحديد مدخلاتها، تمهيداً للتعامل مع كل واحدة منها على نحو منفرد.

وفي هذا الخصوص، تبرز جملة من الأسباب التي ذكرها بعض الصحفيين -السابق الإشارة إليهم- وخبراء الإعلام في سياق تعاطيهم مع هذه الظاهرة، إما بالنقاش حولها أو الكتابة عنها، وأهمها ما يلي:

- التطور التكنولوجي وسرعة انتشار الخبر.
- انتشار شبكة "الانترنت" والتقنيات الحديثة التي وفرت تربة خصبة لنمو هذه الظاهرة.
- الانتشار الواسع للمواقع الإخبارية الإلكترونية والإعلامية.
- الرغبة في تحقيق سبق صحفي، حتى ولو كان ذلك على حساب الغير.
- الرغبة في الحصول على رضا الرؤساء أو المؤسسة.
- غياب الضمير لدى فئة من الصحافيين الكسالى الذين يفضلون الجلوس خلف المكاتب، دون أن يكلفوا أنفسهم عناء النزول إلى الحياة الواقعية، وإعداد التقارير المطلوبة منهم عنها.
- غياب القوانين والأنظمة التي تضمن حقوق الملكية وتحميها، وبخاصة بالنسبة للمواد المنشورة على شبكة "الإنترنت".
- وليدة تشابك عوامل معقدة مثل: غياب التأهيل والتدريب المهني للصحفيين، وسيادة أنماط خاطئة من الممارسات الصحفية، كخلط الرأي بالخبر، والإعلان بالتحرير، وغياب أخلاقيات وتقاليد تحفظ أدب الحوار عند الاختلاف.
- انحدار المستوى الأخلاقي والمهني عند بعض الصحفيين.
- ضعف دور النقابات الصحفية وفاعليته في حماية الصحفيين وحقوقهم.
- غياب الدور الرقابي لوكالات الأنباء العالمية.
- الظروف المهنية السيئة التي يعانيها الجيل الحالي من الصحفيين الذين لم يجدوا من يدربهم، أو يعلمهم قواعد المهنة وآدابها وأخلاقياتها.
- العمل الصحفي حاليا يشهد حالة من غياب التقاليد، وضعف في القواعد والحقائق الخاصة بممارسة المهنة.

الصورة الصحفية[1]:

تستأثر الصورة الصحفية بأهمية خاصة في سياق التعاطي معها على صعيد السرقات الصحفية، وذلك نظراً لأهمية الصورة والأدوار العديدة التي تؤديها سواء في المجال الصحفي، أو فيما يتعلق بالمصداقية التي تضفيها على الحدث، ومن ثم فإن الجوانب: الأخلاقية والقانونية لاستخدام الصورة الصحفية تمثل جانبًا مهمًا في العمل الصحفي.

وإذا كانت التكنولوجيا قد قدمت إسهامات غاية في الأهمية للصورة الصحفية، سوءا فيما يتعلق بمعالجتها رقميا، وسهولة التعامل معها إما بالحذف أو الإضافة، أو إجراء التعديلات المختلفة عليها، فضلاً عن سهولة تخزينها، وسرعة استدعائها في أي وقت، إلا أن هذه التكنولوجيا على الجانب الآخر قد سهلت أيضا من سهولة سرقتها وتحويرها، وما يترتب عليه من إشكالية خاصة بحقوق الملكية. وتنص معظم اتفاقيات نقل الصور على ضرورة تذييل أي صورة تنشر أو ترسل أو توضع في أي مكان باسم صاحبها والمعلومات الخاصة به.

عواقب السرقات الصحفية[2]:

يترتب على السرقات الصحفية جملة من العواقب المادية، أو المعنوية التي يمكن أن تلحق بمن يقومون باقتراف هذه الأعمال، ويورد بعض الصحفيين – السابق الإشارة إليهم – في هذا الصدد جملة من العواقب التي يمكن أن تلحق بمن يقومون بهذه الأعمال الصحفية المشينة، منها:

---

(1) أحمد بوسميحة: مصداقية استخدام الصورة الصحفية في ظل القانون والأخلاقيات، مجلة التصوير الضوئي، متاح في:
http://www.foto تم استعراضه بتاريخ 2008/9/22
master.com/index.php?view=article&catid=37:reports&id=788:788&tmpl=component&print=1&page

(2) خالد يونس، أحمد إبراهيم :حقوق الملكية الفكرية .. حماية أم احتكار ؟، متاح في:
.2001/4/09 http://www.islamonline.net/Arabic/Science/2001/04/Article8.shtml

- ملاحقتهم من قبل من تم السطو على إنتاجهم الفكري، وهذا بدوره يعرضهم لفقد الوسيلة الإعلامية التي يعملون فيها، أو يتعاملون معها.
- قد تنجح السرقات الصحفية مرة واثنتين وثلاثة، وقد تحقق بعض المكاسب المادية والمعنوية لأصحابها، ولكن أمر أصحابها لا بدّ أن تكتشف في نهاية المطاف، وبالتالي يفقدون الاحترام في الوسط الصحفي.
- السرقات الصحفية لا يمكن أن تصنع لأصحابها شهرة في يوم ما، أو تحقق لهم مجدا صحفيا.

الملكية الفكرية:

يعبر أحيانا عن حق الملكية بالحق في النشر، ويقصد به التحكم في إعادة إنتاج أو توزيع رسالة ما، ويشمل ذلك كافة الأعمال العلمية والفنية والأدبية، سواء كانت: منسوخة أو مطبوعة أو مذاعة بأي شكل من أشكال التعبير، بما فيها: الصورة والرسوم والأفلام والمقطوعات الموسيقية والرقصات، وحتى فن التعبير الصامت "البانتوميم".

اتفاقية حقوق الملكية الفكرية:

تعرف الاتفاقية الخاصة بحقوق الملكية الفكرية اختصارا باسم "التربس، Related Aspects of Intellectual Property Rights وهي إحدى الاتفاقيات الهامة الملحقة باتفاقية التجارة العالمية المعروفة باسم "الجات"، وبمجرد توقيع الدول على هذه الاتفاقية تصبح ملزمة لكل الدول الأعضاء الموقعة عليها، ومن ثم تغدو هذه الدول مطالبة بتوفيق تشريعاتها مع بنود الاتفاقية، وقانون المنظمة الدولية لحماية حقوق الملكية الفكرية "الوايبو" World Intellectual Property Organization (Wipo) وتثير شبكة "الإنترنت" إشكاليات عديدة فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية وحمايتها، على الرغم من التنظيم القانوني للتعامل مع هذه الشبكة، ويأتي حماية الحياة الخاصة أ وحقوق المؤلف في مقدمة هذه الإشكاليات.

حقوق الملكية الصحفية في ميثاق الشرف الصحفي العربي:

أقر مجلس الجامعة العربية بتاريخ 14 من سبتمبر من عام 1978 ميثاق الشرف الإعلامي العربي، ونصت المادة (15) منه على أن "حق المؤلف يكفله القانون، ويتعين وضع التشريعات اللازمة لحماية هذا الحق في الدول العربية كافة[1]"، كما ألزمت اللجنة المتفرعة عن المؤتمر الثالث للإتحاد العام للصحفيين العرب الصحفيين العرب باحترام الحقوق الأدبية للنشر، وعدم اقتباس أي أثر من آثار الغير دون الإشارة إلى مصدره.

(1) راسم الجمال: الإعلام والاتصال في العالم العربي، ط2 ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2001 ص7

الفصل العاشر

المسؤولية الاجتماعية للصحافة

الفصل العاشر

المسؤولية الإجتماعية للصحافة

أن الصحافة نشاط اجتماعي ينظم سلوكيات المنتمين إليها داخل جماعتهم وفي المجتمع، وهذا النشاط ينتج عنه ثلاثة أشياء: علاقات يشتبك فيها الصحفيين، ووظائف يقومون بها كي يستمر هذا النشاط الاجتماعي، وقيم تلتزم بها هذه الجماعة أو تسعى للالتزام بها كي يستمر هذا النشاط، والذي يعنينا هنا هو مدى المسئولية الاجتماعية لهذا السلوك الصحفي.

إن التطورات الاقتصادية التي حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية، وظهور قوى الاحتكار، واندفاع المشاريع نحو تحقيق المزيد من المصالح الخاصة على حساب المصلحة العامة للجمهور، كل ذلك أدى لظهور مفهوم المسئولية الاجتماعية هناك.

تاريخيا يعود هذا المفهوم في الصحافة والإعلام الى تقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية الصادر عام 1947، والذي أشار الى ان التجاوزات التي تحدث في الصحافة ووسائل الاتصال الجماهيري لها أكبر الضرر على المجتمع، وكان من الرواد في التنظير لهذا الطرح كل من: إدوارد جيرالد وتيودور بترسون ووليام ريفرز وجون ميلر وغيرهم، ومن المحدثين بها الان ديني إليوت وكليفورد كريستيانز.

والمسئوليات الاعلامية أو الصحفية يتم إدراكها من خلال ثلاثة مستويات:

أولا: قيام الصحافة أو الإعلام بوظائفه الاجتماعية والسياسية والتعليمية ووظائف الخدمات والوظيفة الثقافية.

ثانيا: المبادئ التي تسترشد بها الصحافة لتحقيق الوظائف السابقة.

ثالثا: معرفة السلوك التي يجب مراعاتها من خلال الصحفيين لتحقيق هذه المبادئ الاسترشادية.

ديني إليوت يقول انه ينظر للمسئولية الإعلامية من خلال ثلاث فئات:

أولا: مسئولية الإعلامي تجاه المجتمع العام.

ثانيا: مسئولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي.

ثالثا: مسئولية الإعلامي تجاه نفسه.

إن المسئولية الاجتماعية للصحافة تشمل أداء مجموعة من الوظائف، بشرط مراعاة الالتزام بقيم مهنية معينة، والموضوعية الصحفية هي حالة ذهنية للمحرر أو المندوب الصحفي تتضمن جهداً واعياً بعدم إصدار حكم على ما يرى، وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته الفكرية أو الدينية أو العرقية القبلية، والموضوعية لها ثلاثة عناصر هي: الإسناد للمصدر، وفصل الخبر عن الرأي، والتوازن.

ويشير الدكتور محمد حسام الدين إلى أن هذه الدراسة تكتسب أهميتها من النقاط التالية:

- تبني وسائل الإعلام لأخلاقيات الدعاية:

من دراسة الموضوعية كقيم مهنية للصحافة نجد أنه الى أي مدى تغلغلت أخلاقيات الدعاية في الإعلام، والأثار المترتبة على ذلك، وقد أوضح فيدلر أن الناس في العصر الحالي لم تعد قادرة على التفكير لوحدها، وذلك لانشغالها في البحث عن الرزق وإشباع حاجاتها الأساسية، عن البحث عن الحقيقة بين وسائل الإعلام، وأصبحت جماهير غير مبالية، أي يمكنها تلقي أي شيء منه هذه الوسائل.

من خلال التحليل الدلالي وتحليل المضمون لوسائل الإعلام نجد التالي: شيوع الكذب، وبتر الحقائق وقلبها، وتلوين الأحداث لأسباب ايديولوجية وشخصية،وترصد شاهيناز طلعت وأحمد بدير عدداً من الأساليب الفنية التي تستخدمها الدعاية، وتستعين بها وسائل الإعلام وهي:

1. استخدام الصورة الذهنية او (الأنماط).
2. استبدال الأسماء والمصطلحات العاطفية بأخرى محايدة.
3. الاختيار بين مجموعة كبيرة من الحقائق.
4. الكذب المستمر مع التكرار الذي يؤدي الى إلصاقه بذهن المتلقي.
5. التعريض والغمز وتضمين الكلام لاتهامات دون مخاطرة قوله صراحة.
6. تقديم الرأي على أنه حقيقة.

يزداد هذا الاستخدام في حالة سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام بشكل شمولي، ووجودها في يد قلة من الملاك الرأسماليين، وهنا يتواجد قوى اجتماعية لا تمتلك منافذ إعلامية للتعبير عن أفكارها وأرائها ومصالحها.

◆ علاقة الموضوعية بتشكيل الرأي العام:

الرأي العام هو "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة، بالنسبة لقضية أو أكثر، يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً"، أن ما ينقل من تزييف وتضليل ومتحيز من خلال وسائل الاتصال سينعكس على هذا الرأي العام الذي سيسود وسط هذه الأغلبية، وعدم التوازن نتيجة حذف جزء من المعلومات يجعل الحكم الصادر من خلال الأغلبية غير صحيح ومضلل، وفي حال اكتشاف الأغلبية لعدم مصداقية هذه الوسائل وتوازنها، فأنه يفقد ثقته في الصحافة واهتمامه بالشئون العامة ويصبح رأي عام غير مبالي، وأن إهدار الصحافة للأخلاقيات يجعل منه رأي عام مهدراً أيضا للأخلاقيات.

الرأي العام بتقسيماته (رأي عام نايه أو قائد، ورأي عام مثقف، ورأي عام منقاد أو منساق)، فإن تحيز وعدم توازن وسائل الإعلام يجعل من الرأي العام المنقاد والذي يشكل الأغلبية في المجتمع يتقبل ما يذاع دون التفكير في المضمون.

- علاقة الموضوعية بمصداقية وسائل الإعلام:

إن وجود المصداقية يؤدي إلى تواجد الموضوعية، التي تتمثل في النزاهة والحيدة، والدقة، والتوازن، والاكتمال، في فترة الستينيات زاد الاهتمام في قضية المصداقية داخل الدوائر الأكاديمية، وذلك نتيجة لهبوط الثقة في وسائل الإعلام، والتي سميت بأزمة المصداقية، وخاصة مع ظهور التعدادات السياسية وتنوع الملكية للوسائل الإعلامية.

يعتقد المؤلف هنا أن الموضوعية ليست أخلاقيات شخصية لصحفي، بل إنها أخلاقيات مؤسسة ككل.

يرى أحمد ملكاوي إن تدهور المصداقية لدى وسائل الإعلام قد يساهم في تعميق خبرة الاغتراب لدى قطاعات عريضة من المجتمع وخصوصاً المثقفين. الاغتراب حالة نفسية – اجتماعية تصيب أفراد المجتمع؛ نتيجة انفصالهم عن واقعهم الذين يحسون تجاهه بافتقاد القدرة على تغييره.

- ارتباط مفهوم الموضوعية بمفهوم الحق في الاتصال:

يوجد مساحة للتقاطع بين المسئولية الاجتماعية للصحافة، والحق في الاتصال، فأحد التصورات التطبيقية لمفهوم الحق في الاتصال هو "الوصول لمصادر المعلومات وضمان حق المشاركة، والانتفاع بوسائل الإعلام الحالية للسواد الأعظم من الناس، والحق في الاتصال عملية اجتماعية تتسم بالتفاعل الأفقي، وتعتمد على المشاركة الفعالة من خلال التبادل المتوازن للمعلومات والتجارب والخبرات

الإنسانية"، وأبرز تصورات مفهوم المسئولية الاجتماعية هو الحفاظ على التعددية والتنوع داخل المجتمع، وعكس كل الثقافات الموجودة.

إن انجاز الحق بالاتصال يتطلب توافر مجموعة من القيم المهنية لدى القائم بالاتصال كالدقة والموضوعية والصدق، والموضوعية هي قيمة سابقة على الحق في الاتصال.

مفهوم المسئولية الاجتماعية:

يتم تناول مفهوم المسئولية الاجتماعية من خلال الكتابات العربية وهي تأخذ اتجاهان الأول متأثراً بأطروحات المدارس الغربية، والذي يقول إنها مسئولية الفرد أمام المجتمع، ومصدر الإلزام بها هو (الأنا الاجتماعي)، واتجاه متأثر بمساهمات المدرسة الإسلامية والذي يمثله أستاذ علم النفس التربوي الدكتور (سيد عثمان)، والذي يحدد مصدر الالتزام بالمسئولية الاجتماعية انه ينبع من داخل الفرد نفسه، ويعرفها بأنها "مسئولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها وهي تكوين ذاتي خاص نحو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وعبارة مسئول أمام ذاته تعني في الحقيقة مسئول عن الجماعة أمام صورة الجماعة المنعكسة في ذاته"، ويوضح هنا عناصر المسئولية الاجتماعية بالتالي: الفهم أي تداخل الفرد بالجماعة والعكس، ويبرز هذا التداخل بالتماسك، وتحقيق الأهداف المشتركة، ثم الاهتمام، ويليها المشاركة وأركانها ثلاثة:

1. الرعاية.
2. والهداية.
3. والإتقان.

وترتبط بالعناصر والأركان السابقة جوانب في الشخصية المسلمة وهي: الوعي والمرحمة والإلف.

في الكتابات الغربية (البرجماتية) نجد ان الفكر البرجماتي وتشجيع ظهور العقل النقدي يرسخان الإحساس بالمسئولية الاجتماعية، فكما يقول (وليم جيمس): "إن استخدام تفكيرنا هو الطريق الذي يساعدنا على تغيير العالم"، وهناك تيارين للاهتمام بالمسئولية الاجتماعية في الفكر الغربي هما: التيار الأول مستمد من الدراسات النفسية، وهو يعرف المسئولية الاجتماعية بتحديد مواصفات الشخص المسئول اجتماعياً وهو شخص: يعنى بالتزاماته تجاه الجماعة ويُعتمد عليه، ويعمل دائما ما يعُد به، ويحقق الأهداف المرجوة ولا يحاول التمُيز عن الآخرين، وهو شخص يفكر في مصلحته ومصلحة الجماعة، والتيار الثاني مستمد من دراسات العلاقات العامة والإدارة، وهي تستند الى الإحداث التي وقعت في الربع الأخير من القرن التاسع عشر، والتي دعت الى التزام المنشآت بمسئوليتها الاجتماعية في المجتمع الأمريكي، ويشير جورج ستينر الى أن هناك خمسة نظريات رئيسية ظهرت حول مفهوم المسئولية الاجتماعية وهي: وصاية الادارة على مصالح الجماهير ونظرية أخلاقيات الادارةونظرية توازن القوى وهي تدعوا إلى تدخل الحكومة لتحقيق التوازن، ونظرية إعادة تشكيل أخلاقيات الرأسمالية من خلال حث رجال الإدارة على موائمة مشروعاتهم مع القيم الأخلاقية والإنشائية السليمة، والنظرية الخامسة هي: مراعاة المصلحة العامة للمجتمع أي احترام حقوق جماهير المنشأة.

ان انتصار النظام الصحفي الليبرالي على النظام السلطوي من خلال ظهور الطبقة البرجوازية وانحسار الحق الإلهي للملوك، ودعوت الفلسفة لوجود النظم الليبرالية والحريات المدنية كحرية الكلام، وحق الاجتماع وحرية التعبير وفي البداية حرية الصحافة، كل ما سبق دعا البرلمان البريطاني الى إصدار قانون يحظر به الرقابة المسبقة على النشر، وهو تحقيق وانعكاساً لما ذهب إليه فلاسفة الحرية كروسو، ومنتسيكو وفولتير في فرنسا، وستيوارت مل وجون لوك في انجلترا وجون ميلتون وتوكفيل في امريكيا في أن الإنسان مخلوق يسيره العقل لا العاطفة أو المصلحة الضيقة، إلا أن هذه المفاهيم نقضتها العديد من العوامل الاقتصادية

والسياسية والاجتماعية والفكرية في منتصف القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، والتي انعكست بدورها على الصحافة الليبرالية التي اختل توازنها من خلال مطالبتها بحق الجمهور في المعرفة، والاهتمام بالخدمة العامة، والتعددية في الأخبار والآراء، ومقاومة الضغوط الخارجية، والحفاظ على الاستقلال الاقتصادي واستقراره، وسيادة معايير الدقة، والموضوعية، وأول ظهور للمراجعات النقدية للنظرية الليبرالية كانت في العقد العشرين من القرن العشرين عن طريق تشكيل لجنة حرية الصحافة عام 1947، وظهور تقريرها بعنوان "صحافة حرة مسئولة".

- ان ظروف نشأة نظرية المسئولية الاجتماعية في الغرب تعود للأسباب التالية:

الأسباب الفكرية وهي: بدأ النقاد يكيلون النقد للنظرية الليبرالية من منطلق أن مذهب الحقوق الطبيعية لا يعدو مجرد شعار دعائي لأيديولوجية عفا عليها الزمن، وانها جعلت من الإنسان كائن ضعيف وأن المجتمع أقوى منه، وأكد هذا النقد على فكرة الإنسان العقلاني الذي يبحث عن المعلومات ووجهات النظر المختلفة ويخرج بوجهة النظر الصحيحة، وذلك مع الاتساع في دائرة المعلومات والآراء بزيادة واطراد التكنولوجيا، ويذكر هنا خروج نظريات أخرى موازية في الفيزياء وعلم الاجتماع كنظرية نيوتن عام 1900 والنظرية النسبية للآنشتين عام 1905، ونظرية داروين في التطور.

والأسباب الاقتصادية تمثلت في التغير في المناخ الاقتصادي وعبارة "دعه يعمل، دعه يمر"، وظهور الاحتكارات الاقتصادية خاصة فيما يتعلق بالصحافة، وتحكم المعلنون في السياسة التحريرية والمضمون، ودخول الاحتكار مستوى عالي جداً يعبر عنه أن شركات عالمية تستعمر وسائل الإعلام في العالم الغربي، كل ذلك أدى لتعرض النظرية الليبرالية للنقد، وقبل ظهور تقرير لجنة حرية الصحافة عام 1947 انتقد جورج سيلدز الأداء الإعلامي عام 1935 حين قال "إن الصيغة الاقتصادية للصحيفة أصبحت مسئولة عن عدد كبير من أخطائها بعد أن أصبحت الصحافة صناعة كبيرة"، وتحكم طبقة اجتماعية اقتصادية هي طبقة

رجال الأعمال في وسائل الأعلام جعلت من عملية الوصول لوسائل الأعلام صعبة للغاية، معرضة السوق المفتوحة للآراء للخطر، والأسباب المؤسسية لظهور نظرية المسئولية الاجتماعية تتمثل في ظهور الاتحادات المهنية كجمعية ناشري الصحف الأمريكية، والجمعية الأمريكية لمحرري الصحف، وجمعية الصحفيين المهنيين، وفي عام 1923 صدرت مبادئ الصحافة، وبدأ ظهور المواثيق المهنية سواء للصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون والسينما، ويلخص سبب ظهور هذه المبادئ بما أشار إليه تقرير لجنة حرية الصحافة: "إذا استمرت انتهاكات الخصوصية وعدم تحري الصدق والموضوعية، فإن الصحافة لن تكون بمنجاة من التدخل الحكومي، وتأسيساً على ذلك فقد كانت مواثيق الشرف الصحفية نوعا من الأخلاق البرجماتية السائدة في بداية القرن، بحيث أدرك الصحفيون الملاك أن النقد الذاتي أفضل بكثير من السيطرة الحكومية ؛ لأن المشروع الخاص برمته أضحى معرضاً للخطر من تدخل جهات وقوى اجتماعية أخرى تتحكم به"، ويعتبر ظهور عدد من الصحفيين الأخلاقيين أمثال هوراس جريلي وجوزيف بولترز أثر في تنامي الحس بالمسئولية الاجتماعية للصحافة، خصوصا بعد ما شهدته الصحافة انحطاط خاصة داخل المعترك السياسي، الى الحد الذي وصفت به هذه الحقبة (العهود السوداء للصحافة الحزبية)، وإطلاق الرئيس الأمريكي توماس جيفرسون على الصحافة أنها "الصفحات القذرة التي تروج للعهر الفكري بالأكاذيب".

دعى جوزيف بوليتزر وجريلي الى صحافة ذات روح مهنية عالية، والى اعتماد الخبر الدقيق في حملات مكافحة الفساد، ونادى بوليتزر الى إنشاء كلية للصحافة وأكد على أن "الصحيفة دون مُثل أخلاقية عليا لا تتجرد فقط من إمكاناتها الرائعة للخدمة العامة، ولكنها تصبح خطراً فعلياً على المجتمع"، والأسباب المهنية يرجعها المؤلف حسام الدين الى: ظهور الأشكال التحريرية الجديدة، أي التحول من المقال الى أعمدة الأخبار والتطور في الأساليب الدعائية، مما جعل الصحافة يزداد دورها كوسيلة اتصال جماهيري للطرفين المتلقي والمعلن.

◆ مفاهيم المسئولية الاجتماعية للصحافة في المدرسة الغربية:

أ. محددات المسئولية الاجتماعية للصحافة: ان تقرير لجنة حرية الصحافة الذي صدر في الولايات المتحدة الأمريكية والذي دعى الى صحافة حرة مسئولة لقي صدى في الدول الأوروبية والمملكة المتحدة فشكلت اللجنة الملكية للصحافة عام 1949، والتي تقوم على أساس التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، وان الحرية السلبية للصحافة في النظرية الليبرالية غير مرغوب بها، وأن الحرية لابد وأن ترتبط بالمسئولية، وعلى الصحافة أن تبقى في يد القطاع الخاص، واضعة في اعتبارها المصلحة العامة، وكانت لجنة حرية الصحافة قد وضعت عدد من الوظائف التي على الصحافة القيام بها وهي: إعطاء تقارير صادقة وشاملة للأحداث اليومية، والعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد، وأن تقدم وسائل الاتصال صورة ممثلة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع، وتقديم أهداف المجتمع وقيمه وتوضحها، وتوفر وسائل الإعلام معلومات كاملة عما يجري يوميا، ومن ضمن توصيات لجنة حرية الصحافة، أن تقدم الحكومة الضمانات الدستورية لحرية الصحافة، وأوصت اللجنة المؤسسات الصحفية بتقديم خدمة تتسم بالتنوع والنوعية والكم الملائم لإشباع احتياجات الجماهير، ودعت العاملين بالصحافة بنقد متبادل وعنيف لبعضهم البعض.

كما حدد باحث بريطاني هو دنيس ماككويل المبادئ الأساسية لنظرية المسئولية الاجتماعية في الالتزامات التالية:

تقبل وسائل لإعلام وتنفيذ التزامات معينة تجاه المجتمع، وهذه الالتزامات تحقق من خلال الحقيقة، الدقة، الموضوعية، التوازن، وهذا الالتزام يتحقق من التنظيم الذاتي للصحافة، وعلى وسائل الإعلام أن تتجنب ما يمكن أن يؤدي الى الجريمة والعنف، وأن تعكس التنوع والتعدد في الأراء، والمستوى الرفيع الذي يتوقعه المجتمع من وسائل الإعلام، وهناك أستاذ أمريكي هو راي روبرت يرى أن المسئولية الاجتماعية قسمين: الأول يتعلق بقيام الصحيفة بإعلام الناس والمحافظة على

خصوصيتهم، والقسم الآخر هو بيان مسئولية الجماهير تجاه المادة المذاعة أي اتجاه أنفسهم.

2. تصنيفات المسئولية الاجتماعية للصحافة: يرجع المؤلف هنا إلى التصنيفات السابقة الذكر لمفهوم المسئولية ولكن من خلال الصحافة، ويشير الى الفروق التي وضعها الباحثين بين لفظي في معالجتهم للمسئولية، واعتبروا اللفظ الأول تعبيرا "عن" التزامات محددة كالدقة والموضوعية وحماية الخصوصية الى...الخ، واللفظ الثاني تعبيراً عن مسئولية الصحفيين "تجاه" أنفسهم أو مؤسساتهم الصحفية أو مجلس الصحافة، ويشير كذلك الى تقسيمات لويس هودجيز للمسئوليات الصحفية الى مسئولية وجوبية، وهي عندما تحدد الحكومة مسئوليات معينة للصحافة وهي تتعلق بالسلبيات كالقذف وتشويه السمعة، ولا تلزمهم بنشر خطاب الرئيس مثلا، والمسئولية التعاقدية التي تشير الى ان الصحافة تقوم بدورها من خلال ميثاق المجتمع وليس من خلال عقد رسمي، وأن المجتمع يعطي الصحافة الحرية مقابل تزويده بالمعلومات والآراء، والمسئولية الذاتية، وتأتي هذه المسئولية من البناء الذهني للصحفيين للممارسة الرفيعة للعمل الصحفي، وهي إلزام أرادي من قبل الصحفيين على أن الصحافة رسالة نبيلة أكثر من كونها عملاً في صحيفة.

ويعتبر ميرل أن هناك ثلاثة نظريات لمسؤولية الصحافة:

الأولى: وهي التي تحدد قانونياً، والثانية التي تحدد مهنياً، والثالثة التي تحدد جماعياً، وهناك تحديد آخر من قبل (ديني اليوت) يعطي أنواع لمسئولية الصحافة تبعا للهيئة المسئولة، والجهة المسئولة أمامها وهي:

- مسئولية الإعلام تجاه المجتمع.
- والمسئولية أمام النفس.
- ومسئولية مؤسسات الإعلام تجاه المجتمع المحلي.

هناك اتفاق مابين المؤلف ولويس هودجز بأن مضمون وسائل الإعلام له ثلاثة مستويات للمسئولية.

فالمستوى الأول هو الوظائف التي تؤديها الصحافة كالوظيفة السياسية، وهي أعلام المواطن بما تقوم به الدولة، والوظيفة التعليمية، وهي عرض الأفكار والآراء ومناقشتها، وظيفة خدمة ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة، ووظيفة اقتصادية تتمثل بالتعريف بالسلع والخدمات، ووظيفة تاريخية أي التسجيل للأحداث.

المستوى الثاني يتمثل بالمعايير أي القانون الأخلاقي للصحافة يلخصها اجي واولت وأميري بأنها خمسة دوائر متداخلة، فالدائرة الأولى تمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد، والدائرة الثانية تمثل معايير الوسيلة الإعلامية ومواثيقها الداخلية، والدائرة الثالثة هي معايير توضع من قبل الهيئات الصحفية المستقلة، والدائرة الرابعة تمثل الفلسفات الإعلامية الأساسية وقوانين الحكومات في نظريات الإعلام الأربعة، والدائرة الخامسة تمثل الحدود المسموح بها من قبل الأفراد لكل معايير النشاط الإنساني.

ويرجع المؤلف سبب الاهتمام بالظاهرة الأخلاقية للإعلام والصحافة من خارج المتخصصين لسببين، الأول:زيادة الاهتمام بأخلاقيات المهن الأخر كالطب والمحاماة، والسبب الثاني أن ممارسات الإعلام توصف بعبارات أساساً أخلاقية كالحرية والموضوعية والخصوصية، ويحدد كليفورد كريستيانز خمسة واجبات أخلاقية للصحفي وهي: واجبه تجاه نفسه بعدم التناقض، وواجبه نحو العملاء بالالتزام نحو المعلنين وحقوق الجمهور، وواجبه تجاه مؤسسته بالولاء لها، وواجبه تجاه زملائه بالاحترام المتبادل، وواجبه نحو المجتمع أو ما يعرف بالمسئولية الاجتماعية، والمستوى الثالث هو القيم المهنية، وهي تشمل معايير جمع الأخبار كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول.

هناك مجموعة ملاحظات يشير لها المؤلف من خلال عرضه لمستويات وتقسيمات المسئولية وهي: ان الاتجاه البرجماتي الأخلاقي الوضعي هو الواضح مع غياب المرجعية الدينية، وكذلك مبدأ النسبية الأخلاقية لأنها تعتمد على الناس بما يسمحون به أو لا يسمحون، ليس هناك رصد لقوى التأثير والتأثر بين أنواع المسئولية، ومجافاة بعض التصورات لأسس الأخلاق الوضعية وعلى رأسها الحرية، عدم طرح المواضيع المتعلقة بالقضايا العالمية كالبيئة، ومقاومة الاتجاهات الشوفينية، والتي تعرض لها الباحثين العرب قبل أربعين عاما.

◆ نقد نظرية المسئولية الاجتماعية للصحافة:

تعرضت هذه النظرية للعديد من الانتقادات منها: انتقادات موجهه للجنة حرية الصحافة منها: ان اللجنة تكونت من اثني عشر أكاديميا، ولم تضم في عضويتها أي صحفي او أية شخصية إعلامية، واتهمت اللجنة بالتحيز، وأنها أي اللجنة قد استخدمت جملا مطاطة مثل (قيم وتقاليد المجتمع) و(تقرير صادق وكامل وذكي).

الانتقادات التي رأت في نظرية المسئولية الاجتماعية انتقاصاً لحرية الصحافة، وتمثل ذلك في كتابات البرفسور جون ميرل عام 1965، وذكر أن المسئولية الاجتماعية هي "بداية التدخل الحكومي في الصحافة تحت شعار له رنين جميل أخاذ مثل الأمومة، والحب اسمه المسئولية الاجتماعية، ولكنه مفهوم غامض، ونسبي للغاية"، وأن حرية الصحافة هي الحرية النسبية والواقعية، وليست حرية المثاليين ومحبي المطلق، ويرى المؤلف أن هذا الطرح ومن خلال التفكير البرجماتي غير واقعي، فالحرية والمسئولية هما القطبان اللذان يقف بينهما الصحفي في البلاد الغربية.

الانتقادات الدالة على عجز نظرية المسئولية الاجتماعية عن إصلاح أداء الإعلام الغربي، يرى المؤلف أنه مع ظهور نظرية المسئولية الاجتماعية ومواثيق الأداء الصحفي ومجالس الصحافة، فأن النقد لازال موجها للصحافة الأمريكية والأوروبية، والأمثلة على ذلك كما يلي؛ ففي الولايات المتحدة الأمريكية أصبح هناك انخفاض في مصداقية الصحف، وضعفت الثقة في الصحافة، وأن تفجر ثورة الجنس في الستينيات والسبعينيات زادت بشكل كبير المطبوعات والأفلام الإباحية، وزادت الشكوى من وسائل الإعلام تنتهك بلا مسوغ حياة الأفراد الخاصة، وأن الصحافة قد أفسدت مصادرها والمتعاملين معها بالهدايا والرشاوى، وفي المملكة المتحدة كان من أهم الانتقادات الموجهة للصحافة تتمثل بنقص الاهتمام بالشئون العامة والشئون السياسية، وأن السوق يتطلب الاهتمام بالمرأة والشباب، وهذه يؤدي الى إلغاء دور الصحافة في نقل المناقشة الحرة في المجتمع، وحرمان الجمهور من حق المعرفة، وأن ازدياد الاهتمام بالشئون الإنسانية ومواد التسلية وتركيز الصحف الشعبية على الحوادث والجرائم، أدى الى التضحية بالمعايير المهنية وظهور صحافة الشيكات أي الدفع مقابل الحصول على الأحداث والقصص ذات الطابع الجنسي، وازدياد الاحتكار لصناعة الصحافة والإعلام في بريطانيا، فأن محاولة الخروج عن هذا الاحتكار يضيق الخناق على الصحافة وتجبر على الركوع.

الانتقادات الموجه لآليات التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، ومن هذه الآليات مواثيق الشرف المهنية التي وصفها ميرل بأنها من بين الآليات الخطرة الموضوعة للسيطرة على الصحافة، وأنها تتضمن داخلها رغبة في الإذعان لراي واحد، وأن صياغتها عبارة عن كلشيهات محفوظة، وعبارات مطاطة صعبة التحديد؛ وتعتبر مجالس الصحافة من الأفكار التي لاقت نجاحا محدودا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويقول ميرل طاعنا في نزاهة هذه المجالس أن لها مشكلات في المصداقية، وأن أعضائها ليسوا فوق مستوى الشبهات حيث يمكنهم استغلال مناصبهم ضد الإعلاميين، ومجلس الصحافة البريطاني أُعتبر جهاز علاقات عامة للصحافة، يهدف الى تقليل نقد الجمهور، وأنه دافع عن حرية الصحافة في مواجهة الدولة

وليس في مواجهة القوى الرأسمالية، وفكرة محامي الشعب أو ناقد الصحيفة فقد نشأت في السويد قبل سبعين عاماً، وهي تقوم على فكرة النقد الذاتي، وزيادة المصداقية من خلال نقد نفسها، ومشكلة محامي الشعب في طبيعة علاقته مع الإدارة والصحفيين العاملين، مع أن بعض الصحف اعتبرت أن وجود ناقد الصحيفة قد أعطى حصاداً مثمراً للعمل الصحفي، ومن الانتقادات الموجهة لنظرية المسئولية الاجتماعية هي المنطوية على فهم أعمق لمسئولية الإعلام، وقد تميز بها الباحثون الفرنسيون، وعلماء الاجتماع الأمريكيون، إذا يرى الباحثون الفرنسيين أن الأخلاقيات السائدة هي مبادئ المشروع الخاص، وأن حملة الأسهم لا يهمهم العمل الصحفي بل يهمهم التوسع والحفاظ على حصتهم المالية، وأن الأخلاقيات تستخدم كغطاء لممارسات أكثر سوءاً في وسائل الإعلام الأمريكية، وتم الترويج لها لصرف النظر — بقصد أو دون قصد — عن أخلاقيات المؤسسة، وفي الدول الأوروبية أن الصحافة قد أنهكتها الصراعات الحزبية فتضحي بالأخلاقيات من أجل السياسة، ورؤية علماء الاجتماع الأمريكي أن الأدوار المتميزة للإعلام مجرد منتج ثانوي للنظام الاجتماعي القائم، ويقوم على الاستثمار الصناعي والمساندة الشعبية (عن طريق شراء المنتجات المعلن عنها في وسائل الإعلام)، وأن أنماط اتخاذ القرار داخل وسائل الإعلام تتشكل لتلبية احتياجات حاملي الأسهم والمعلنين، وانبثاق الأخلاقيات والمعايير التي تحمل مفهومها الخاص عن الحرية والموضوعية والقيمة الخبرية وغيرها؛ لتكون تبريراً لاستمرارية أنماط اتخاذ القرار، ويتم هنا استبدال أولويات المؤسسة بأولويات العاملين أنفسهم الخاصة، ليحق اندماجا كاملا مع الإفراد الآخرين.

ويرى المؤلف أنه كون الأخلاقيات النفعية المصلحية هي الأكثر انتشارا بين الأفراد في المجتمعات الإنسانية الحالية لفرط عملها.. فقد انتشرت أيضاً بين الجماعات والمؤسسات، التي تعد مستقلة عن بعضها البعض في المجتمع، بل أصبحت تتساند وتتبادل التأثير، وعلى ذلك.. فالصحافة في المجتمع الحديث كانت وما تزال مستندة الى مثل هذا النوع من الأخلاقيات البرجماتية.

القيم المهنية:

القيم كما يعرفها علماء الاجتماع "مستوى أو معيار ؛ للانتقاء من بين البدائل أو ممكنات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي"، أي انه هناك مقياس يتم التعامل معه، ويتم مضاهات من خلاله، وهي عملية انتقائية تتطلب عملية عقلية معرفية، وعلماء الاجتماع يهتمون ببناء النظم الاجتماعية وتفاعلاتها معا، فالقيم عندهم قيم جماعية بخلاف علماء النفس الاجتماعي أن القيم لديهم قيم الفرد ومحدداتها سواء أكانت نفسية ام اجتماعية أم جسمية، ويفرقون ما بينها وبين المفاهيم النفسية الأخرى كالحاجات والدوافع والاهتمامات والسمات والمعتقدات والسلوك، ويلخصون أن للقيم خصائص هي: أنها تجريدية، ومحددة لاتجاهات الفرد، وهي تتسم بخاصية الوجوب أو الإلزامية المكتسبة من خلال معايير المجتمع، والقيم هي "عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفضيل أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء، في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته، وممثلي الإطار الحضاري الذي يعيش فيه، ويكتشف من خلاله هذه الخبرات والمعارف"، وفي المهنة نجد أن أصحاب المهنة الواحدة يتميزون بمجموعة من الخصائص تتمثل بأنهم تلقوا جميعا مجموعة من المعارف والعلوم داخل معاهد وكليات واحده، وهم ينظمون أنفسهم داخل أطر مؤسسية معينة كالنقابات والجمعيات والروابط، وأنهم يتفاعلون مع الأطر التنظيمية الأخرى داخل المجتمع، وإذا أخذنا الصحافة كمهنة، لابدّ من التفريق مابين القيم الإخبارية، والقيم المهنية للتغطية الخبرية، فالقيم الإخبارية تعتبر قيم متغيرة تبعاً للعوامل الإيديولوجية، وهي تتضمن: الجدة، والتوقيت، والضخامة، والتشويق، والصراع، والمنافسة، والتوقع والغرابة، والشهرة، اما قيم المهنة للتغطية الخبرية، وتسمى بصفات الخبر كالصدق والدقة والموضوعية، هي مسئوليات يحتذي بها الصحفي أو المحرر عند كتابة مادته الإخبارية، وإذا ربطنا قيم المهنية للتغطية الخبرية بالمسئولية الاجتماعية، فهي جوهر مسئولية الصحفي أمام مصدره وجمهوره، وهي

تقسم الى قسمين: قيم جمع المادة الخبرية، وقيم كتابة الخبر، والقيمة الأولى تتمثل بالمقولة التالية: إن "الصحفي مجموعة من المصادر"، وهنا يظهر مدى متطلب احترام الصحفي لمصادره كقيم مهنية يلتزم بها، وهذه القيم يمكن حصرها في الآتي:

1. الحق في الخصوصية: من حق الفرد المحافظة على حياته الخاصة بكافة تفاصيلها ، وهذا الحق يحمي الجمهور من بعض السلوكيات الصحفية كنشر الأمور الخاصة، وجمع الأخبار بالحيلة، ونشر أسماء وصفات الأحداث،
2. المعلومات السرية: وهي حالات لابدّ للصحفي من التوقف عندها قبل نشر الخبر مثل: طلب المصدر نفسه بعدم نشر هذه المعلومة، وعندما يذكر المصدر معلومات مهمة ويطلب عدم ذكر أسمه كمصدر لهذه المعلومات، أو طلب المصدر عدم نشر المعلومات بنصها الحرفي.
3. آليات دفع المصدر للحديث: وتأتي من التعامل الأخلاقي، وعدم استخدام النفاق، وكون الموظف الحكومي هو دائما مصدر للمعلومة فيجب حمايته فيما يتعلق بقضايا الفساد.

قيم كتابة المادة الخبرية: هي التقاليد التي يجب أن يمارسها الصحفي في عمله ويراعيها؛ كي يضمن تحقق المسئولية في خبره، وتتضمن هذه القيم: الدقة والموضوعية والصدق والأمانة والحيدة والاكتمال أو الشمولية والاقتباس أو الإسناد وغيرها، ويرى المؤلف أنها ومع اختلاف المسميات لدى الباحثين تندرج تحت:

1. الصدق: الذي هو أهم المعايير والقيم جميعا، وهو لا يقتصر على صدق الصحفي مع الآخرين (المصادر – الجمهور) بل يمتد ليشمل صدقه مع نفسه، وهو ثلاث مستويات (صدق الأفعال، وصدق الأقوال، والصدق الذاتي: أي صدق الغايات).
2. الدقة: وهي تشمل كل كلمة أو عبارة في القصة الخبرية، وهي برأي جلال الدين الحمامصي أن الدقة هي الخطيئة رقم (1)، ويمكن التعامل معها من

قبل الصحفي بالرجوع الدائم للمصادر والمراجع والقواميس ودوائر المعارف، ومن الأسباب التي تؤدي الى عدم الدقة كما يوضح نيوسوم التالي: ضغوط توقيت صدور الصحيفة، وعدم وجود إلمام كاف لدى المندوبين بخلفية القصة الخبرية، وعدم مبالاتهم بالتحقق من معلومات القصة الخبرية، ويرى الحمامصي أن أسباب عدم الدقة هي: أخذ المعلومة من مصادر مضللة، والرقابة التي تدفع الصحفي لاستعمال تعبيرات مطاطة، والاعتماد على مصدر واحد للمعلومة، وهنا يفضل ويستلي حذف المعلومة بالكامل إذا لم يتم التأكد من صحتها ولم يكن هنالك وقت لذلك.

3. الشمول/ الاكتمال: أي الإلمام بخلفية الحدث، وتقديم أوضح صورة ممكنة للخبر وهذا يتطلب التالي: إيراد الحقائق التي تفيد في توضيح أهمية الحدث، ووصف التطورات التي ادت للحادث، وشرح كافة الأوضاع التي يعتبر الحادث جزءاً منها أي شرح الحادث.

- الموضوعية من حيث المفهوم، ونشأتها، والجدل حولها:

- ومن حيث المفهوم وعناصر الموضوعية يبدأ المؤلف بالمعنى الفلسفي للموضوعية، من الناحية المعرفية كما يرى المعجم الوسيط "منحى فلسفي يرى أن المعرفة إنما ترجع الى الحقيقة غير الذات المدركة لها".

الموضوعية نسب للموضوع أي ما هو موضوع / مقذوف خارج ذات الفكرة، وترتبط الموضوعية مع الذات في مشكلة المعرفة: فالمعرفة علاقة بين الذات والموضوع أو علاقة بين العقل والوجود، واختلاف الفلاسفة في تحديد العلاقة بينهما يرجع الى مشكلة الحقيقة أو المعيار.

المعنى الأخلاقي، الموضوعية ذات الدلالة الخلقية تعني النزاهة في القصد والبعد عن الهوى، والتجرد من العواطف الذاتية، وهي في هذا المعنى تطلق على كل نظرية اخلاقية، تعتبر ان الخير الأخلاقي هو خير موضوعي مستقل عن المشاعر الشخصية، وهي أي الموضوعية لم تعد انعكاسا لواقعة أصلية، وهي شروط يلتزم بها

كما يقول (بوانكاريه) تتمثل في: أن ما هو موضوعي يكون مشتركاً بالنسبة لأذهان كثيرة، ويمكن نقله من واحد لأخر، وهي هنا تعتبر الإحساسات أو الموجودات المنعزلة الواحدة عن الأخرى، ولكون هنا الموضوعية مرتبطة ومشروطة بموقف معين، وأن العاملين هنا يصلون الى النتائج نفسها، وهي ليست واقع مفروضا، بل هي مساهمة إيجابية والتزام صريح تبعث عليه قيم ومعايير.

- الموضوعية الصحفية هي حالة ذهنية للمحرر أو المندوب الصحفي، بعدم الحكم على ما يرى، وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة او تحيزاته القبلية، وعليه أن يفترض دائما بوجود جانبا أخر للتغطية الخبرية، ولعتبر الأخبار هي تقرير حقيقي عن الأحداث التي وقعت، وهناك اتفاق مابين المنظرون حول عدد من المحددات التي تحقق الموضوعية في التغطية الخبرية، والمحددات التي تبعدها عن الموضوعية، ويوضحها (برادلي) بحذف وقائع على جانب من الأهمية، او إضافة تفاصيل غير مبرره، وخداع أو غش القارئ، وتتحقق الموضوعية حسب ما يذهب إليه (ويستلي) من خلال عدد من القرارات الإدارية الصحفية مثل: التوازن، والإسناد وعدم خلط الخبر برأي المندوب والحرص على إعطاء معلومات خلفية توضح الحدث.

معيار الموضوعية عن ابن خلدون تحت لفظ (الاعتدال) يوضحه بأنه "إن النفس البشرية إذا ما كانت على حال من الاعتدال في قبول الخبر، وأعطته من التفحص والنظر حتى تتبين صدقه من كذبه"، ويوضح ابن خلدون قانونه المعروف بالمطابقة الذي هو معيار قياس صدق أو كذب الأخبار التاريخية "وأما الأخبار عن الواقعات فلا بد من صدقها وصحتها من اعتبار المطابقة".

ويحدد المؤلف عناصر الموضوعية بأنها ثلاثة هي: الإسناد (الاقتباس)، وهو يتمثل بالقواعد التالية والملزمة للمحرر:

1. أن يميز الكلمات والجمل المقتبسة عن بقية الكلمات.
2. ينبغي أن يكون النص المقتبس معبراً تعبيراً حقيقياً عن الهدف الحقيقي للمصدر.
3. أن تكون الجمل المقتبسة متعلقة بموضوع الخبر المنشور.
4. يمكن الاستغناء عن الكلمات المكررة أو الزائدة في الجمل المقتبسة دون خلل، ومن أسباب الاقتباس:

أ) أن المحررين والصحفيين يريدون لقصصهم أن تكون دقيقة وذات مصداقية

ب) أنهم يختارون بصفة خاصة العبارات الحريف أو اللاذعة لجذب الانتباه للخبر

ج) هم يختارون العبارات أو الألفاظ المنتقاة، والتي تعطي صورة متعددة الأبعاد للمقال، وهنا يشير المؤلف الى ظاهرة المصادر المجهولة، وهي أسلوب يمارسه المحررين والصحفيين للالتفاف على الموضوعية، وتكون هذه الطريق غطاء للأخبار المشوهة.

العنصر الثاني من عناصر الموضوعية هو التوازن، ويقصد به التعامل مع كافة أوجه المادة الخبرية، وأن تعطي كل واقعة حجمها المناسب، لأن التوازن هو الأصل في نظام الأشياء في الكون كما يقول(جامبل وجامبل)، وتظهر الحاجة لهذا العنصر عند القيام بتغطية المناقشات والاجتماعات العامة أو البرلمانات أو الدوائر الرسمية أو الهيئات العالمية، ويرى المؤلف أن المنظرون الذين افترضوا أن المسئولية تتحقق عن طريق التوازن والموضوعية كانوا يقصدون القضايا الخلافية، التي يكون فيها الأفضل للقارئ أن يتعرف على وجهات النظر المتباينة والمختلطة، ويرى فيليب ماير أن التوازن يمتد ليشمل قاعدتين أخريين هما: قاعدة المساحة المتساوية، وقاعدة الوصول المتساوي لوسائل الإعلام، وثالث عنصر من هذه العناصر هو فصل الخبر عن الرأي، وهو يعتبر حجر الزاوية في تقرير الموضوعية في الشكل الخبري والصحفي

لديه الأعمدة والافتتاحيات كي يعبر عن رأيه بها وهذا الفصل لا يعني عدم التفسير أو اعطاء الخلفية للقارئ عن الخبر.

ويجد المؤلف أن هناك علاقة مابين اللغة والموضوعية الصحفية من حيث استخدام اللغة الأكثر علمية ودقة وتوازناً وإتقاناً، وقدم مجموعة من المبادئ الأساسية التي ترتبط بالصحافة واستخدام اللغة منها: الحاجة الى توجه متعدد القيم، أن استخدام تصنيف من فئتين فقط كأسود، ابيض أو خير وشر لابد من التخلي عنه، واستخدام مقياس متدرج، وأن هناك اختلاف تام بين أعضاء مجموعة او طبقة محددة في المجتمع، وذلك لتجنب الصورة الذهنية النمطية، وأن كل فرد وكل شيء يتغير باستمرار، اي التاريخ والوقت له فاعليته في تغير الإحداث والأشخاص، واستخدام الاصطلاحات عالية التجريد تعد ذاتية، كمصطلح الديمقراطية، والتطرف، والرجعية، وهي تعتبر ذاتية لتأثرها بتصور الصحفي لمعانيها، وتعتبر النعوت الوصفية دائما ذاتية، كوصف الجمال للمراءة، أو الوقار للرجل، والميل الطبيعي يظهر متحيزاً من خلال الاختيار، وهو ميل الصحفي للاستخلاص أجزاء من الحقيقة تروق له، ويذكر المؤلف هنا نصيحة (كرمب) لتحقيق الموضوعية بالابتعاد عن التالي: ضمائر المتكلم الشخصية (انا، ونحن)، وضمائر النسب للمتكلم (لي، لنا، معي، معنا..)، ويمكن استخدامها داخل الأقواس.

يرجع المؤلف نشأة الموضوعية الصحفية في الصحافة الغربية الى عاملين اساسين:

الأول: الثورات الفكرية خاصة فيما يتعلق بالعلوم الاجتماعية، والتي تم الاستفادة منها في الصحافة، والتي تمثلت في اكتشاف الحقيقة العلمية من خلال المنهجية (العلمية) الصارمة التي اعتبرت عقيدة العلماء الاجتماعيين في العشرينيات، والمقولة التي قيلت في افتتاح مبنى العلوم الاجتماعية في شيكاغو "عندما لا تستطيع أن تقيس معرفتك فهي تافهة ولا تساوي شيئاً؛ فالعلم يبدأ حينما يتعلم الإنسان كيف يقيس عالمه أو جزء منه بمعايير موضوعية تماماً".

والاتجاهات الثقافية التي أسفرت عن الدعوة لصحافة موضوعية تتلخص في الآتي:الارتياب والشك في الطبيعة البشرية، والميل لجمع الحقائق قبل إصدار الأحكام، وأن هذه الحقائق المجتمعة سيتلاعب بها رجال الدعاية، وأن عدم وجود مصدر يمد الناس بالحقائق العلمية فأن الديمقراطية العريقة ستهوى الى أسفل، وتصبح علاقة المواطن الملم والواعي والحاكم أسطورة، وتطبيق المنهج العلمي المستخدم في الظواهر الإنسانية يفتح الباب لتحسين النوع البشري من حيث (اخلاقياته وسلوكه)، وهذه الأفكار هي مراجعة لأفكار جون ملتون والنظرية الليبرالية، والتي أعتقد بها ملتون أن البشر عاقلون وأخلاقيون، ولكن والتر ليبمان عام 1922 لاحظ أن الإقناع أضحى فناً يعتمد على الأخلاق الذاتية، والخوف الأكبر كان من إفساد الناشرين الصناعيين والحكوميين – الذين يعملون في مجال الصحافة بتحيز رأسمالي – لقنوات المعلومات.

وتحدث جون دوي المفكر في ذلك الوقت أنه يمكن لوسائل الإعلام أن تصنع رضا الناس عن اي شخص وأي فكرة ولأي سبب تختاره، وقد ساعد المناخ السياسي والاقتصادي في الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الأولى على التفكير بهذه الطريقة "ومن الأمثلة على ذلك ما سمي بالفزع الأحمر (المد الشيوعي)، وتحدث ليبمان هنا بأن الرأي العام يتشكل عن طريق الدعاية التي تخلقها جماعات المصالح الخاصة، ولابد لهذه الجماعات التي تشكل الراي العام أن تكون صحيحة، وهنا حدد بوضوح ما هو التعريف الأساسي للصحافة الموضوعية: أن التدريب المهني لابد من تواجده لدى الصحفي، ولابد من وقف استخفاف التجار وأن يتمتع الصحفي بالروح العلمية، والتحرير الجيد يجب أن يستوعب أهم الفضائل العلمية مثل النسب لكل كلمة تكتب، الحس الجيد للاحتمالات، الرغبة في فهم الأهمية النسبية للحقائق.

وتأكيداً لإدخال المنهج العلمي للعمل الصحفي تحدث نيلسون أنتريم كراوفورد، في كتابه أخلاقيات الصحافة بأنه "في مدرسة تحافظ على المثاليات المهنية، لابدّ أن يكون هناك منهج يعمل على تطوير الذكاء الفطري والعقلية الموضوعية لصحفي المستقبل، ويجب مدهم بالأساس العلمي لفهم التطورات

التقنية السريعة للحضارة المعاصرة، والذي يوفر تقريبا على وجود دليل لكل كلمة يكتبها الصحفي".

ثانياً: التغيرات الاقتصادية السياسية:

أن تطور وسائل الاتصال من مرحلة التلغراف وظهور وكالات الأنباء، وبدء ظهور الاحتكارات للأخبار، جعل وحسب قول تيودور جلاسر ان الموضوعية بدأت كمطلب اقتصادي ملح أكثر من كونها معياراً للصحافة المسئولة، وذلك لأن ظهور صحافة البنس الواحد وأتباع الصحف للأحزاب السياسية أدى بها الى الابتعاد عن الجمهور، والمعلن يريد قاعدة كبيره من القراء كي يتمكن من بيع سلعته، ذلك أدى بالصحافة الى الخروج من الانحياز للأحزاب وبحثها عن قاعدة عريضة من القراء، وبدأت صحف كنيويورك تايمز، ونيوزويك توزع على مستوى الولايات الأمريكية بأسرها، والموضوعية أضحت أخلاقاً ومثالاً قوياً ينشد وجه الحقيقة، واعتبرت جمعية الصحفيين المحترفين في ميثاقها الموضوعية، كجزء لا يتجزأ من الميثاق الذي وصفها بأنها هدف مرجو ومعيار للأداء ينشده الصحفيون.

◆ الموضوعية بين الرفض والقبول:

تنحصر أهم الانتقادات التي تعرضت لها الموضوعية في النقاط التالية:

أ) انتقائية المادة الخبرية: يرى جون ميرل أن الصحفي يقوم بالانتقاء بين الأخبار ما يسهل الحصول علية، وما يعزز مفاهيمه أو تصوراته السابقة، وهو محكوم بالخبرات والثقافة والظروف البيئية والتعليم، وهو محاط بقيود ودلالات اللغة وظروفه النفسية والأيديولوجية، ودلل لستر ماركل على ذلك بأن اختصار عدد الوقائع لدى الصحفي كي يجمع منها الخبر هو الحكم الأول على عدم الموضوعية، وأن قرار المحرر بتحديد مكان الخبر في الصحيفة يعتبر الحكم الثاني على عدم الموضوعية.

ب) المحافظة على الوضع القائم: أن التغطية الموضوعية لا تمكن الصحافة من القيام بدورها كسلطة رابعة في نظام ديمقراطي، أو كلب حراسة وصحافة مدافعة، بل هي تكون متحيزة للوضع الراهن، ووصف عالم النفس جولدنر الصحفيين بأنهم "مديرو الوضع الراهن".

أن تفضيل الصحفيين للمشاهير والصفوة لتغطيتهم، وتصوير حركات الاحتجاجات الاجتماعية على أنها حركات ممزقة لأوصال الأمة الأمريكية.

ج) الموضوعية ستار للتضليل: يرى هربرت شيللر أن الوسائل الاعلامية هي بالأصل مشروعات تجارية، وهي لا ترفض الموضوعية كي تمارس دورها التضليلي بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية، وجانسون يرى بأن التغطية الصحفية أيديولوجية بسبب لا ارادي، وهي تعكس مصالح بعض الطبقات والجماعات، ويرى ملفين ديفلير وساندرا روكيتش ان مباراة أخلاقيات الصحافة (الموضوعية، والأنصاف، والدقة، والبحث عن الحقيقة) خاسرة، حتى قبل أن يبدءاها اللاعبون، ومن لحظة الاختيار الأولى لما ينشر ومالا ينشر، ومن القيود على عملية إعداد الأخبار، بحيث تلائم متطلبات الوسيلة.

د) الأثار السلبية لدور "الملاحظ": أن دور الملاحظ النزيه للصحافة، وخروجها من دور المشارك، جعلها تسحب من رصيد الصحفي الإبداعي، وتحول الفن الصحفي الثري الى مجرد تكنيك الكتابة.

ه) الموضوعية كأستراتيجية لحماية الصحفيين: أن نتائج دراسة الباحثة الاجتماعية جاي تتشمان، حول سلوك الصحفيين في ممارسة الموضوعية، اكدت على أنهم يتبعون الأساليب التالية لحماية أنفسهم:

1. تقديم احتمالات مختلفة في وقت واحد.
2. تقديم الدليل على ذكر العبارات المتناقضة عن طريق الإسناد.

3. استخدام واع للاقتباسات لتمرير معلومات خطيرة على لسان مصادر لها مصداقية عالية.
4. وضع القصص الإخبارية في قالب (الهرم المقلوب) للتأكيد على الأهمية الخبرية للحدث.

و) إهدار جمال اللغة: من خلال ابتعاد الصحفي عن استعمال الصفات، واستخدام العبارات الاشارية الجامدة بعيدة عن الاستنباط اللغوي، وعدم وجود اللمسة الإنسانية في تناول وكتابة الخبر.

ز) الموضوعية عائق للمسئولية: وذلك من أن الصحفي يفكر فقط في كيفية الكتابة، ويبتعد عن ماذا يكتب، وتكون الموضوعية متحيزة ضد الفكرة الصحيحة للمسئولية، وتجعل من الصحفيين أخلاقيون أكثر مما يجب، ويتم الابتعاد عن النتائج لحساب صناعة الخبر.

أما المؤيدون للموضوعية يجدونها ضرورة صحفية من حيث النقاط التالية:

أ. وجهة النظر هنا تعتبر الموضوعية هدف يمكن بلوغه ذلك أن اي صحفي يجب أن يكافح من اجله بصفة مستمرة، لأن الصحفي لن يأتي بالحقيقة المطلقة، بل عليه أن يوازن فيما لديه من وقائع، وأن ما يحرر هو الحقيقة النسبية.

ب. وجود وجهت النظر الأحادية يرسخ من فكرة المتلقي السلبي، أن النظرة العلمية قدر الإمكان وعرض طيف الآراء المتاح يجعل القارئ يفكر قبل ان يكون رأي عن موضوع ما

ج. ونعت الموضوعية بالتضليل صعب، لأن الموضوعية تستمد جذورها من الصدق، والدقة، والأمانة.

د. اتهام الموضوعية بأنها ترد الصحافة لصحافة القرن التاسع عشرة، به نوع من الغلطة لأن المطلب الأول للجنة حرية الصحافة عام 1947 هو إمداد الجمهور بتقرير صادق وشامل وذكي عن أحداث اليوم...

هـ. الموضوعية لا تشوه اللغة، لأن استخدام الحيل اللغوية يبعد القارئ عن المعلومات الصحيحة، ويعتبر غش وخداع للقارئ.

و. أن حرية التعبير وحرية الانضمام للأحزاب تجعل من الصحفي مشاركاً في الحياة العامة والسياسية في المجتمع، وهناك نسبة كبيرة من الصحفيين ينتمون الى أحزاب وتنظيمات داخل مجتمعاتهم.

ز. عدم بلوغ المثال ليس معناه انه غير موجود، هذا ما يردده الفلاسفة المثاليين، والموضوعية ليست مثالية، ولا أسطورة بل هي الفرق بين التغطية الجيدة وغير الجيدة، النزيهة أو المغرضة.

❖ الموضوعية الصحفية: العوامل المؤثرة

أولاً: نمط السيطرة والملكية والتمويل:

1. مناخ حرية الصحافة: تؤثر سعة مناخ الحرية على موضوعية التغطية، لأن الموضوعية تزدهر عندما يحس الصحفي الأمان في عمله، ولا يتعامل مع مصادر سرية أو مجهولة أو عدم الاستعانة بها على الإطلاق، ومناخ الحرية مرتبط بالبناء الاجتماعي والسياسي والاقتصادي للمجتمع والايدولوجيا التي تُسير المجتمع من جميع نواحيه، لأن الموضوعية هي صنو أيديولوجيا يتبناها نظام سياسي.
2. الرقابة الذاتية: هي ما يفرضه الصحفيين على أنفسهم من ضوابط، وتتأثر نوعية هذه الرقابة الذاتية بالآتي: طول خضوع الصحافة للرقابة الحكومية، وتأثيرها على ضمائرهم بشعور الخوف الدائم من الوقوع في محاذير الرقابة ومحظورات النشر، وهذا الخضوع الطويل الأمد أدى الى تكوين هيكل مسيطر داخل الصحافة من بين الصحفيين، متمثل برؤساء التحرير أو رؤساء الأقسام.
3. صعوبة الوصول للمعلومات: تحول الصحافة من كونها مجرد رأي في مقال الى مهنة صناعة الخبر، ذلك جعلها تعتمد بشكل أساسي على المعلومات

والحقائق، وفرض القيود على تداول المعلومات والوصول للمصادر تعوق الصحفي عن تحري الموضوعية، مما يؤدي الى عدم اكتمال صورة الحدث أو القضية أمامه مما يدفعه لاستكمالها من مصادر غير دقيقة أو من معلومات ترددت أمامه دون تثبيت.

4. الانتماء الفكري والسياسي: فأما أن يكون الصحفي موالياً للنظام الحاكم أياً كان، أو يكون ولائه لحزب أو جماعة دينية أو عرقية، ويقول جديون سويارج: أن التوجه الأخلاقي الرئيسي عند معظم الناس في العالم الحديث هو الولاء للنظام أو المحافظة على النظام، ويعتبر ألفرد سميث عالم الانثروبوجيا أن المبدأ الأخلاقي الذي يؤكد التوافق بين أجزاء النظام والتغيير المحدود هو المسيطر على الصحافة، لأن عقل الصحفي السياسي يلجأ الى التلاعب بمعاني الخبر أو الفاظه أو في ترتيب وقائعه.
5. ملكية الصحف: أن ملكية الصحف سواء أكانت حكومية أو قطاع خاص أو هيئات، يجعل التغطية الخبرية تتأثر تبعاً لنمط الملكية، والملكية الخاصة للصحف تسعى لضمان ان تأتي القرارات الحكومية معبرة عن مصالحهم.

وينذرج ذلك على الصحافة المملوكة للحكومة أو الهيئات. يعتبر اختيار رؤساء التحرير ورؤساء مجالس الإدارات للمؤسسات الصحفية هو البداية لفقدان الموضوعية، ولتبني السياسيات الخاصة بالجهة المالكة، لأن هذا التعيين يتم بقرارات سلطوية عليا يؤخذ فيها بالاعتبارات السياسية والأمنية وغيرها.

6. تمويل الصحف:أن الزيادة الكبيرة في الحاجة الآلية للصحافة كي تعمل، أدى الى وجود جهات يحق لها التدخل، ومنها الحكومات عن طريق تزويد الصحف بالإعلانات العامة، والشركات التجارية عن طريق الإعلان التجاري تمارس نفس الدور، وقد تكون المطالب الرئيسية للموضوعية هي فصل الخبر عن الإعلان، وهذا الفصل يتم أثناء عمل الصحفي ولكنه يؤخذ بعكسه لدى أدارة الصحيفة، ومن خلال المساحات المعطاة للإنتاج الإعلاني، ومكان وجوده في الصحيفة.

ثانياً: طبيعة التغطية الخبرية:

1. **ضغوط غرفة الأخبار:** تظهر قيم ومعايير واتجاهات صحيفة ما عند معالجتها للموضوعات الإخبارية بالإهمال أو التضخيم والإبراز، والصحفي تمارس عليه مجموعة من أساليب الإخضاع أثناء العمل في غرفة الأخبار وهي: استخدام سلطة الصحيفة والعقوبات التي يلوح بفرضها أو توقيعها عليه، والتنشئة الاجتماعية الصحفية، وهذه التنشئة توحد المفاهيم والصور الذهنية لدى العاملين في غرفة الأخبار، ويجعل الصحفي يتبع نموذج أقره مجتمع الصحفيين، والصحفي الشاب يمر بعملية التنشئة الاجتماعية للصحافة، وفي البداية يكون هناك تعارض مع الأخلاقيات التي يمارسها، إلا أن هذه التنشئة تجعله يلجأ الى: انه قد يضيف مصادر مجهولة ليوازن قصته الخبرية، أو يقتبس من كلام لبعض المصادر عبارات خارج عن سياقها، وهذا الصراع قد يطول أو يقصر تبعا لمدى تمسك الصحفي بأخلاقياته ومجاراته للتنشئة الاجتماعية الصحفية. أن اتجاهات غرف الأخبار ليست ثابتة كما يقول جلاجير، ويقول سعيد السيد: أن المعايير والممارسات الصحفية المشتركة تتم بأكثر من طريق ؛ فالبعض يتشرب هذه المعايير أثناء الدراسة الأكاديمية، وأثناء المزاملة القوية مع الصحفيين الآخرين، ومن خلال مراقبة الزملاء أثناء تقديمهم للأخبار، واعتبار ذلك التقديم هو النموذج الأمثل.
2. **السرعة والسبق:** يعتبر وقت طباعة الصحيفة وعامل الزمني لذلك من العناصر البالغة الأهمية، التي ينبغي حسابها بدقة في التغطية الصحفية، وهي تؤثر على عمل الصحفي من حيث سرعة الانجاز، وخشية المنافسة والإنفراد والسبق، ودرجة الدقة والعمق والتوازن في المادة الخبرية المقدمة، والسرعة قد تسبب في فقدان الكثير من الموضوعية والدقة، وكذلك التكاسل في الوصول للحدث أو لقاء المصدر، وكل ما سبق بهدف النشر السريع قبل طباعة الصحيفة.

3. المساحة: أن ترتيب المادة الإعلانية قبل المادة الإخبارية في الصحف، يجعل من كلمة الأهمية النسبية للأخبار مثال على فقدان الموضوعية في الاختيار، وهي مجال للخلافات والنزاعات ما بين المحررين والمندوبين.
4. استقاء الأخبار من المصادر: وجود الصحفي في موقع الحدث، وتناوله للمادة الخبرية من كافة جوانبها، ومقابلته للمصادر المعنية بالحدث، متطلب رئيسي للموضوعية، الا أن هذه العملية تتطلب الجهد الكبير، وقدرة على إجادة الصحفي في تحديد مصادره المناسبة، وطرح التساؤلات وإجراء الحوار، وتأثر الصحفي بالتقارب الفكري أو الاجتماعي او الاقتصادي مع هذه المصادر يجعل من الموضوعية عامل نسبي في التعامل مع الخبر.
5. صراع المصالح : ويقصد به العلاقات الخفية التي تربط المندوبين أو المحررين بالمصدر الصحفي وأحياناً ما تسمى (الصداقة الخفية)، وهو نوعان: صراع المصالح الآلي؛ وهي الامتيازات التي قد يحصل عليها الصحفي من خلال رغبة المصادر بالحصول على الأفضلية بالتغطية الإخبارية، كشركات السياحة، والفنادق، وأسواق المال، وهنا يتداخل الإعلان بالخبر، والنوع الثاني هو صراع المصالح غير المالي: وخطورته أشد من الصراع المالي، وهو يكون على نحو غامض وخفي، ويكون ضمن علاقات الزواج والقرابة والصداقة، ويسمى بعلاقة القرابة مع المصادر، وأمثلته كما تحددها كاترين ماك آدمس: أسود يغطي أخبار الحقوق المدنية – أخت رئيس قسم المحليات بالجريدة تعمل سكرتيرة المحافظ – محرر يعمل والده كمستثمر في مجال البترول عُهد إليه بصفحة (الطاقة والبترول) في الجريدة – محرر (عيادة الصحيفة) يقدم أخوه استشارات طبية – ملحد يغطي أخبار (الصفحة الدينية) – محرر له نشاط في اتحاد عمالي يغطي أخبار الاستثمارات الاحتكارية.
6. علاقة الموضوعية بالأمانة الصحفية: التغطية الموضوعية هي قيمة مهنية، لا يمكن أن تؤتي ثمارها إلا إذا تحلى الصحفي بالصدق والأمانة والدقة، وهما يعتبران محكاً أسياسياً للموضوعية، ومع وجود التصور الخاص لدى الصحفي عن الخبر، وإذا ما جاءت الحقائق مختلفة بشكل كبير عن تصوره المسبق إما

أن يُغلب الأمانة والصدق على رأيه الشخصي فيدعم موضوعيته، أو يلون ويحذف وقائع معينة لا تتفق مع وجهته نظره أو يستبعد القصة بالكامل.

ثالثاً: بنية الجهاز التحريري

هذا الجهاز يشمل رئيس التحرير ومدير أو مديري التحرير، ونواب رؤساء التحرير ورؤساء الأقسام والمحررين والمندوبين، ويتحكم في كفاءة عمل الجهاز التحريري عدد من العوامل، تتضمن: عدداً من الصحفيين، والمستوى الاقتصادي لهم، وظروف التأهيل والتدريب الذي ينعكس على ما يتمتعون به من مهارات اتصالية وصحفية، والانتماء الفكري والسياسي، والمعايير التي تتحكم في اختيارهم.

أ. عدد الصحفيين: أن العدد المناسب للمحررين والمندوبين يمكن الصحيفة من التعامل مع ما يحدث في البيئة المحيطة بها بكفاءة عالية.

ب. التأهيل والتدريب الصحفي: وهو يؤتى من نظاميين في الإعداد:

1. نظام الإعداد الأكاديمي.
2. نظام التدريب المهني في الصحافة، ويتم ذلك من خلال نظام التلمذة التدريبية، وحلقات البحث المهنية، والتعاون الإقليمي في التدريب، وعقد لقاءات مع خبراء الصحافة والأعلام في الدول المتقدمة، والاستعانة بالخبراء والمتخصصين الإعلاميين كمستشارين للصحف، وإيفاد العاملين في مؤسسة ما في زيارات استطلاعية لمؤسسة مشابهه، والمراكز التدريبية التي تنشئها بعض المؤسسات الصحفية.

رابعاً: عمليات الإدراك النفسية

1) انتقاء المادة الخبرية: وهي تخضع هنا للعوامل النفسية والاجتماعية من خلال التعرض الانتقائي والفهم الانتقائي والتذكر الانتقائي، وكلها تؤثر على موضوعيته في معالجته للأخبار.
2) الصور الذهنية: يعتبر ما تكون في أذهان الناس عن الجماعات العرقية والدينية والسياسية، له دور كبير في تشكيل الصورة الذهنية للصحفي حول موضوع ما، مما يجعل هذه الصورة عاملاً مؤثراً في الموضوعية، والأمثلة على ذلك كثيرة منها: العديد من الدراسات التي تناولت صورة العرب في الصحافة الغربية، أو الأمريكية.

خامساً: جمهور الصحف

يرى جون ميرل أن الجمهور العام أصبح مجزئا نتيجة تكاثر وسائل الاتصال الجديدة، وسيصبح الشخص المتحدث أكثر أهمية من حديثه خاصة مع جمهور محب له، أي أن المصدر أكثر أهمية من الرسالة، ويرجع مصطفى السعيد المسؤولية على الجمهور، وذلك لكونه يتقبل الأخبار الكاذبة والحملات المغرضة، التي تطالعه صباح مساء على صفحات الجرائد التي أعتاد على شرائها أنه يقراء الأكاذيب، وهو جمهور لا يمتنع عن شراء الصحف حتى لو تبين له أنها تكذب أو تغالط ما يجري من أحداث، وهذا ما يشجع الصحف على الاستمرار في ممارستها غير الأخلاقية.

الفصل الحادي عشر

عناوين بارزة في الإعلام والصحافة

الفصل الحادي عشر
عناوين بارزة في الإعلام والصحافة

1. كيف يجب أن يكون الصحفي[1]؟

نظر بوشكين للصحفي على أنه رجل دولة أما بوليفوي فقد أطلق على الصحفي موزعاً للأخبار ولكي يحمل بجدارة اسم الصحفي يجب عليه امتلاك حب العمل والصبر كي تكون المجلة التي يعمل فيها عاكسة ومعبرة عن "العالم الأخلاقي والسياسي والفيزيائي".

وفي عام 1900 تم افتتاح أول مدرسة في ألمانيا ثم أحدثت كلية الصحافة الباريسية للعلوم الاجتماعية 1902– 1903 ثم بدأت تأسيس المدارس والكليات الصحفية في الولايات المتحدة الأميركية في واشنطن وفيلادلفيا وشيكاغو.

وفي عام 1903 وبهدف تنظيم المدرسة العليا للعمل الصحفي قام بوليتسر بتأسيس المدرسة العليا للعمل الصحفي على غرار المعاهد والكليات الهندسية والطبية وغيرها من المؤسسات التعليمية التخصصية.

وفي عام 1953 وفي /42/ بلداً كان حوالي 645 كلية وقسماً وفرعاً تحضر الكوادر الصحفية. وكانت مشكلة التعليم الصحفي الخاص تناقش في المؤتمر الدولي الخامس للصحفيين (1898) الذي شارك فيه كذلك ممثلو الصحافة الروسية وفي أعوام الثمانينيات كان يمكن الحصول على اختصاص صحفي في /34/ مؤسسة تعليمية عليا في البلاد في أكثر من 20 جامعة ومدرسة حزبية وشبيبيه وفي معهد موسكو للعلاقات الدولية وما شابه ذلك في نهاية التسعينيات بالإضافة إلى النظام الحكومي لتأهيل الكوادر الصحفية ظهر أيضاً

(1) د. بشار أنطوان شار، صحافة عالمية، محاضرات لطلاب قسم الإعلام دمشق، 2013

النظام غير الحكومي التجاري وظهرت هيئات الرقابة التعليمية لتعلم العلاقات الاجتماعية والإعلان.

2. المنظومة الصحفية[1]:

تعرف المنظومة الصحفية: "بأنها مجموعة الصحف الصادر في مجتمع ما خلال فترة زمنية معينة، بهدف إيصال رسائل وتلبية حاجات متنوعة ومتعددة لجميع شرائح وفئات هذا المجتمع، وفي مختلف المناطق والأقاليم والمحافظات وكذلك في مختلف الاختصاصات.

وتشكل هذه المنظومة جزءاً واحداً من اجزاء المنظومة الإعلامية العامة في المجتمع التي تضم أيضاً الإذاعة والتلفزيون. وشبكات الاتصال الحديثة.

اما القواعد والقوانين الأساسية التي تحكم عمل المنظومة الصحفية فهي:

1. ان تلبي حاجة موضوعية وواقعية وملموسة.
2. الا يوجد اي تعارض او تناقض بين تنوع المنظومة الصحفيةوبين تكامل نشاطها وعملها.
3. أن تدرس وتعرف، كل مفردة من المنظومة الصحفية، وبشكل واضح دقيق جمهورها ووظائفها ومهامها ومصالحها واهدافها، وأن تجد الشخصية المناسبة والأسلوب الصحفي المناسب والمادة الصحفية لتحقيق هذه الوظائف ولإنجاز هذه المهام والأهداف.
4. أن تعرف كل مفردة من المنظومة كيف تقيم توازناً دقيقاً وسليماً بين حقيقتين الأولى أن هذه الصحفية مستقلة، وأنها في الوقت ذاته جزء لا يتجزأ من منظومة صحيفة واحدة متكاملة.

(1) لمزيد من التفاصيل انظر د. اديب خضور، مدخل الصحافة، 33-37.

ويمكن اعتبار أن القواعد الأساسية المتبعة للتخطيط لتأسيس منظومة صحفية هي:

1. عدم حرمان أي مجال أو اختصاص أو فئة أو إقليم من الصحافة الخاصة بها، والموجهة إليها، وفي الوقت نفسه، يجب الحرص على عدم إغراق هذا الاختصاص أو هذا الإقليم، أو هذه الشريحة الاجتماعية بالصحافة الخاصة بها، والموجهة إليها.
2. لا يجوز أن توجد أكثر من صحيفة متشابهة شكلاً ومضموناً موجهة لفئة اجتماعية واحدة أو لتغطية اختصاص واحد، أو أن تكون أكثر من صحيفة صادرة في محافظة واحدة أو لتحقيق هدف واحد، كذلك لا يجوز أن يبقى مجال أو اختصاص أو فئة أو منطقة بدون تغطية صحفية مناسبة.
3. لا يجوز إطلاقاً إهمال موقف ونفسية ومزاج ومستوى الجمهور.
4. يجب أن لا تعرف الصحافة الجمهور والرقابة، وبالتالي فإن المنظومة الصحفية يجب أن تستجيب لديناميكية المجتمع، ولمتطلبات التطور ولاتجاهات التغيير، وأن تواكب ذلك كله وتعكسه. وهذا يفرض ضرورة إعادة نظر جذرية في هيكل وبنية ومفردات المنظومة الصحفية في البلدان في مرحلة إلى أخرى.
5. في الوقت الذي تعكس فيه المنظومة برامج عمل القيادة السياسية والحزبية، وخططها في جميع المجالات، والأوساط، والمناطق، يجب أن تعكس في الوقت نفسه الاهتمامات والحاجات الإعلامية لدى الجمهور، وأن تضم الصحف والمجلات الكفيلة بإشباع هذه الاهتمامات، والاستجابة لهذه الحاجات.

3. الكادر الصحفي[1]:

تزايدت مفردات المنظومة الإعلامية، وفي الوقت نفسه حدث تنوع هائل في الصحف والمجلات في كل مكان من أنحاء العالم، وظهرت الإذاعة والتلفزيون كوسيلتي إعلام جماهيريتين واسعتي الانتشار وقويتي الفعالة والتأثير.

وعلى الصعيد نفسه ازدادت أهمية العلاقات العامة نتيجة التطور الهائل في منظومة عمل المؤسسات والشركات العامة والخاصة، فيما حول التقدم التقني العالم إلى قرية صغيرة.

واكتب ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي والحضاري والمادي للقارئ والجمهور بشكل عام، أدت إلى تعدد وتنوع حاجاته الإعلامية.

وقد أدت مجمل هذه العوامل إلى ازدياد أهمية الكادر الصحفي، وبرزت الحاجة إلى إعداد هذا الكادر وتطوير كفاءاته لمواكبة الواقع الجديد.

"وإذا كان ثمة من أصر، ولفترة من الزمن، على أن الصحافة هواية وموهبة وبالتالي، من العبث تدريسها، كأي علم آخر، فإن الواقع دحض هذا القول، وأكد أن الهواية والموهبة لا تتناقضان مع الإعداد الأكاديمي، وبات مؤكداً أن الموهبة شرط ضروري، لكل من يريد أن يستعد لممارسة مهنة الصحافة، ولكن بات مؤكداً أيضاً أن هذا الشرط لم يعد كافياً، للعمل في صحافة متطورة وسط الظروف الجديدة والواقع المتجدد كل يوم.. وبالتالي أصبح لابد من صقل الموهبة بإعداد الجهاز الصحفي[2] أكاديمياً ليكون مستعداً للعمل في الصحافة العصرية المتطورة ذات المهام المعقدة والمتعددة.

(1) سمير عبد الرحمن، الإعلام السوري، دار الرضا للنشر، دمشق، 2003ص 137-138.

(2) لمزيد النظر إلى مدخل الصحافة، د. أديب خضور،ص46.

4. تعريف الصحفي:

عرف أحد الكتاب الفرنسيين وهو" فيليب جيلارد" PHILIPPE GAILLARD الصحفي بأنه: "الشخص الذي يخصص الجزء الأكبر من نشاطه لمزاولة الأعمال الصحفية".

ويمكن القول بأن الصحفي هو: من يزاول، في منشأة صحفية، العمل الصحفي لقاء أجر ويتخذ هذا العمل مهنة مختارة له، وتقوم بينه وبين المنشأة رابطة العامل بصاحب العمل، ويقصد بالعمل الصحفي: البحث عن الخبر، والمادة التحريرية (وتشمل الصورة) والحصول على المعلومات، ثم إعدادها لكي تكون صالحة للنشر عن طريق ظهورها في الصحيفة مادة تقرأ، ويتخذ هذا العمل صورة تحريرية أو فنية تتطلب من المحرر أن يكون كثير التنقل في بعض الأحايين، أو أن يقع وراء مكتبه أو في المطبعة، ولا يغير ذلك من طبيعة عمله الصحفي(1).

"إن إيمان الصحفي بسياسة الصحيفة العامة، وبالإيديولوجية التي تؤطر مجمل عمل هذه الصحيفة" قضية مقدسة لا يمكن التساهل فيها إطلاقاً، أيديولوجياً وعملياً كما أن حرمان الصحفي من حقه في أن يكون شخصيته الصحفية وفي أن يمتلك رؤيته الخاصة لهذا الحادث أو ذاك أو فهمه الخاص لهذه الظاهرة أو تلك وحتى حريته الخاصة في أن ينقل هذه الرؤية وهذا الفهم إلى القارئ، وأن يسأل ويناقش ويعبر عن نفسه قضية أيضاً مقدسة ولا يجوز التساهل فيها، ولكن شرط أن تبقى هذه الخصوصية وهذه الحرية ضمن السياسة العامة للصحيفة وضمن الحدود الأيديولوجية للصحيفة.

إن العمل الصحفي عمل إبداعي له قوانينه الخاصة، والصحفي إنسان مبدع بطريقته الخاصة وهو ليس كالموظف العادي في وزارات ومؤسسات الدولة ومصالحها.

---

(1) وليام ل.ريفرز وآخرون" وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إبراهيم إمام، القاهرة، دار المعرفة، 1975، ص62-63.

وبالطبع فإن احترام هذه الحدود(حدود الصحيفة أو حدود الصحفي) هو الذي يساهم في بلورة شخصية متميزة للصحافي، في إطار الوسيلة طبعاً، وهو الذي يترك الانطباع بتميز هذه الوسيلة. وخصوصاً في الصحافة التلفزيونية، التي تلعب المواجهة المباشرة فيها مع الجمهور، دوراً كبيراً في تكوين شخصية الصحافي، وتجعله محاوراً واثقاً ومنفرداً.

وقد ازداد تأثير هذه الخصوصية اليوم، خصوصاً مع انتشار المحطات الفضائية المنافسة حيث أصبحت "شخصية المحطة، وشخصية الصحفي التلفزيوني، احد أهم العوامل الأساسية في متابعة برامج هذه المحطة أو غيرها" ويرجع نجاح محطات فضائية كثيرة اليوم ومتابعة الجمهور لها، إلى فهم هذه الخصوصية عند القائمين على المحطة، وتحويلها إلى واقع في اداء صحافيتها.

5. الصحافة والحرية:

لا شك ان حرية العمل الصحفي هو واحدة من اولويات عمال الصحافة، إذا اردنا لهذه الصحافة ان تكون حاملة رسالة اجتماعية إيجابية الأمر الذي يعني ان هذه الحرية ستظل مرتبطة بالمصلحة الاجتماعية ككل وهذا يعيدنا بالتالي إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية في الصحافة التي تقوم على ربط الحرية بالالتزام تجاه المجتمع بالاستناد إلى وظائف الصحافة الست وهي:

أ. التنوير.
ب. خدمة النظام السياسي.
ج. صيانة الحقوق المدنية.
د. خدمة النظام الاقتصادي.
هـ. تقديم التسلية والترفيه.
و. تحقيق الربح.

الأمر الذي يعني أن الحرية بهذا الشكل ستظل عرضة للانتقاد من قبل فئات عديدة في المجتمع تقدم مصالحها على مصالح المجتمع ككل، من قبل الفئات التي لا تعترف بكل وظائف الصحافة، فخدمة النظام السياسي والنظام الاقتصادي، معرضة دائماً للانتقاد ليس من قبل الجهات المعارضة فقط، وإنما من قبل جهات عديدة تعتبر نفسها غير مستفيدة من النظام السياسي والاقتصادي.. وبالتالي فإن هذه الفئات تقدم وظيفة على من وظائف اخرى من وظائف الصحافة، واحياناً لا تعترف بالوظائف كلها فتجعل من صيانة الحقوق المدنية وتقديم التسلية والترفيه والربح هي الوظائف الوحيدة للصحافة، متناقضة حتى مع النظرية الليبرالية في الصحافة التي اعترفت بوظائف الصحافة كاملة.

6. الصحافة والنزاهة:

من المؤكد أن نزاهة الصحافة والصحفي هي المعيار الحقيقي الذي يجعل الجمهور يثق بالاثنين معاً، لكن ما هي المقاييس التي بموجبها يمكن أن نقيس هذه النزاهة؟

لا شك أننا اليوم نواجه صعوبة أكبر من قياس نزاهة الصحافة خصوصاً وأن المكافآت والهدايا بأشكال مختلفة أصبحت جزءاً لا يتجزأ من طريقة الجهات العامة والخاصة مع الصحافة.. فقوائم المكافآت التي تدفع للصحفيين لم تعد طي الأدراج بل أصبحت علنية ومعروفة على أكثر من صعيد عام وخاص.

وقد ساهم في ذلك أكثر من عامل ويمكن تحديد هذه العوامل بـ:

1. تهرب الإدارات الصحفية من مسؤولياتها تجاه الحاجات المادية والمصاريف الكبيرة للصحفي بدون أسباب مقنعة أحياناً.
2. الضعف المادي للصحافة، وغياب الحافز لتعويض هذا الضعف.
3. الضعف المادي للصحفي نفسه، خصوصاً بعد أن ربط أجر الصحفي بضوابط غير صحيحة من الناحيتين القانونية والواقعية.

4. غياب الرقابة من قبل الجهات المختصة في هذا الموضوع.

لا شك أننا اليوم أما مأزق حقيقي بهذا الخصوص والواضح أن البعض لم يعد يراعي بشكل جدي هذا الموضوع، إذ كثيراً ما تقوم الصحافة بالطبيل والتهليل لمسؤول ما أو لجهة ما، ثم يكتشف بعد عدة أيام أن هذا المسؤول فاسد، أو أن هذه الجهة خاسرة الأمر الذي يطرح أكثر من سؤال حول نزاهة الصحافة!!

7. الإبداع والصحافة:

إذا كان الإبداع يقوم على عمليتي الخلق والابتكار فالمؤكد أن الصحافة هي عملية إبداع حقيقي، لأنها تقوم في الأساس على خلق المادة الإعلامية دائماً، وعلى إيجاد الصياغات المبتكرة والمتجددة لهذه المادة.

لكن هل ينطبق القول على الواقع الصحفي؟!

نظلم الصحافة إذا قلنا إن كل ما ينشر فيها هو إبداع، ونظلم الصحافيين إذا قلنا إن كل ما ينشر هو عملية نشر لمواد وصياغة بشكل روتيني دائماً.

والمؤكد هنا أن ما ينشر تحول لقسم الكبر منه إلى مواد روتينية مكررة تتجدد فيها الأرقام والتواريخ وتتغير الأسماء...وغابت الإبداعات أو قلت بدرجة كبيرة، وبعيداً عن مواد بعض الصحفيين والكتاب وبشكل أقل بعض التحقيقات الصحفية العابرة فإن الإبداع أصبح في الصحافة المحلية حدثاً عابراً، لأن الإبداع ظل مرتبطاً دائماً بالحافز الذي غاب عن هذه الصحافة، إن كان مادياً أو معنوياً.

فالصحفي الذي يصر على الكتابة الإبداعية لم يعد قادراً على تحصيل ثمن طعامه لأن إدارات الصحف ولجان الاستكتاب تتعامل مع الكم فقط، أياً كان هذا الكم، المهم أن تكتب كثيراً لتحصل على المبلغ الأكبر من الاستكتاب، خصوصاً وأن الأجر المحدد للمواد الصحفية أصبح مخجلاً، ولا سبيل أمام الصحفي لتجاوز هذه المشكلة إلا زيادة الكم!.

8. أخلاقيات الصحافة:

"بيان الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف".

أقرت الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف بيان المبدأ التالي في 1975 ليحل محل قواعد الأخلاقيات أو مجموعة مبادئ الصحافة التي أصدرتها منذ (52) عاماً.

إن لتعديل الأول الذي يحمي حرية التعبير من اختصارها بواسطة أي قانون يضمن للشعب من خلال صحافته حقاً دستورياً، وبذلك يضع على عاتق رجال الصحف مسؤولية خاصة.

ومن ثم فإن الصحافة تتطلب من ممارسيها. لا مجرد الصناعة والمعرفة فحسب، بل وأيضاً، انتهاج معيار من النزاهة يتناسب مع التزام الصحفي الفرد.

ولهذه الغاية، تعلن الجمعية العامة لرؤساء تحرير الصحف هذا البيان للمبادئ كمعيار يشجع على أرفع أداء أخلاقي ومهني.

المادة الأولى– المسؤولية:

إن الغرض الأول من جمع وتوزيع الأخبار والآراء هو خدمة الصالح العام، باطلاع الناس وتمكينهم من إصدار احكامهم على قضايا العصر، ورجال ونساء الصحافة الذين يسيئون استخدام دور سلطة مهنتهم لدوافع أنانية، أو أغراض تافهة.

المادة الثانية– حرية الصحافة:

حرية الصحافة ملك للشعب، وينبغي الدفاع عنها ضد الانتهاكات أو الاعتداء من أي جهة، عامة او خاصة.

وينبغي أن يكون الصحفيون متيقظين باستمرار للتأكد من أن الأعمال العامة تدار بصورة علنية، وأن يتنبهوا ضد كل من يستغل الصحافة لأغراض أنانية.

المادة الثالثة — الاستقلال:

يجب ان يتجنب الصحفيون السلوك غير اللائق، والظهور غير المحتشم، وأيضاً أي تنازع للمصالح أو ظهور نزاع، ويجب الا يقبلوا أي شيء،أو يمارسوا أي نشاط، قد يضر، أو يبدو انه يضر بنزاهتهم.

المادة الرابعة — الصدق والدقة:

إن حسن النية مع القارئ هو أساس الصحافة الجيدة، ولا بد من بذل كل جهد للتأكد من أن مضمون الأخبار دقيق خال من التحيز وفي السياق، وأن يقدم كل الأطراف بصورة عادلة، وينبغي أن يلتزم كتاب الافتتاحيات، والمقالات التحليلية والتعليقات بنفس معايير الدقة فيما يتعلق بالوقائع كمادة خبرية، ويجب تصحيح أية أخطاء هامة في الحقائق وكذلك أخطاء الحذف فوراً وبشكل بارز.

المادة الخامسة— عدم التحيز:

إن عدم التحيز لا يتطلب من الصحافة الطاعة المطلقة، أو ان تمتنع عن التعبير تحريرياً غير أن التطبيق السليم يتطلب التمييز للقارئ بوضوح بين نشر الأخبار وبين الرأي كما أن المقالات التي تحوي رأياً أو تفسيراً شخصياً يجب تعريفها بوضوح.

المادة السادسة– التقيد بالقواعد المتعارف عليها:

يجب على الصحفيين احترام حقوق الشعب المتعلقة بالأخبار، ومراعاة معايير الآداب العامة، وأن يكونوا مسؤولين أمام الجمهور عن الإنصاف والدقة في نشر أخبارهم. ويجب أن يمنح الأشخاص الذين يتهمون علناً الفرصة الأولى للرد.

وينبغي أن تحترم الوعود بالاحتفاظ السرية لمصادر الأخبار بأي ثمن، ومن ثم فإنها لا يجب أن تعطى باستخفاف، وما لم تكن هناك حاجة واضحة وملحة للاحتفاظ السرية، فإنه يجب ذكر هوية مصادر المعلومات.

(إن هذه المبادئ ترمي إلى أن تحفظ وتحمي وتدعم رابطة الثقة والاحترام بين الصحفيين الأمريكيين والشعب الأمريكي، وهي رابطة ضرورية لدعم منحة الحرية التي ائتمن مؤسسو الدولة كليهما عليها).

يحوي بيان الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف، الكثير من العبارة الشفافة حول أخلاقيات الصحافة (المسؤولية وحرية الصحافة– الاستقلال– الصدق والدقة– عدم التحيز– التقيد بالقواعد المتعارف عليها).

والمهم هنا أن تطبيق هذه الأخلاقيات يخضع لغير هذه الاعتبارات فالحرية هي مسألة تخضع لاعتبارات الزمان والمكان، والمسؤولية هي مسألة شخصية، والاستقلال لا يمكن أن يتحقق في عالم الصحافة التي يديرها أصحاب المال، كذلك فإن عدم التحيز لا يمكن أن يكون في عالم الصحافة، لأن الصحافة دائماً منحازة لجهة ما، ولعل مسألة التقيد بالقواعد المتعارف عليها هي الأكثر دقة في هذه الأخلاقيات لأن هذه القواعد متغيرة دائماً ومختلفة في كل زمان ومكان، وهو ما يفسر الانقلاب المفاجئ في شخصية صحيفة ما وتنفيذها.

ويمكن أن نسجل ملاحظة هنا تتعلق بمجمل هذه المبادئ التي تعتبرها الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف، قواعد أخلاقيات أو مبادئ الصحافة

ليس بنسبية هذه المبادئ. وليس بحصرها في الولايات المتحدة نفسها أيضاً، وإنما بنظرية هذه المبادئ حيث إن الولايات المتحدة نفسها هي أول من ينقض هذه المبادئ عندما تتعارض حرية الرأي مع رأيها ومع مصالحها ومع سياساتها المتناقضة والمزدوجة، وما قصف مقر مكتب قناة الجزيرة في كابول قبل عامين(بعد أحداث الحادي عشر من أيلول) وكذلك قصف مقر قناة الجزيرة وقناة أبو ظبي ووزارة الإعلام العراقية في بغداد أثناء غزوها واحتلالها للعراق خلال شهر نيسان 2003 إلا مثال فاضح على شدة انزعاج الولايات المتحدة من الرأي الذي يتعارض معها.

9. الصحافة والسياسة[1]:

في دراسة حول وسائل الإعلام والسياسة– دراسة في ترتيب الأولويات أعدها الدكتور– بسيوني إبراهيم حمادة في كلية الإعلام بجامعة القاهرة خلصت الدراسة إلى ضعف تأثير الصحف القومية (الأهرام) في ترتيب أولويات اهتمامات الرأي العام مقارنة بقوة تأثير بعض الصحف الحزبية (الشعب – الأهالي– الوفد) مع الإشارة إلى ان الدافع الأساسي خلف الدراسة كان التحقق من الدور الفعلي الذي تمارسه الصحافة المصرية في علاقتها بالرأي. إذ كثيراً ما نعول على قوة هذا الدور وفاعليته في التأثير على القارئ وحثه على المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.. من منطلق أن هذه المشاركة لا تتحقق بكل أبعادها ما لم تنجح الصحافة في وضع الأجندة القومية.

حيث عن مفاهيم الديمقراطية والاندماج الوطني والتكامل والتماسك الاجتماعي والوحدات الوطنية والاستقرار السياسي والتنمية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ومواجهة التحديات الحضارية والمشاركة السياسية والولاء الوطني.. وما شابه كل هذه المفاهيم وغيرها، والتي تحمل عوامل إيجابية من شأنها أن تحقق نقلة حضارية شاملة يصعب تحقيقها بالدرجة المرغوبة، إذا كانت أولويات

---

(1) د. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة دراسة في ترتيب الأولويات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 1997.

اهتمامات السلطة السياسية والصحافة القومية إلى جانب وأولويات اهتمامات الرأي العام في جانب آخر.

لأن مصدر الخطورة هنا يكمن في عدم التجانس في الاهتمامات، وهذا الوضع من شأنه أن يدفع إلى التشرذم والسلبية واللامبالاة، إن أصعب ما يواجه أمة معينة هو أن يدرك شعب هذه الأمة أن مستقبله وقضاياه واهتماماته لا تتفق أو على الأقل– ليست هي بالضبط مستقبل وقضايا واهتمامات الدولة.

كما أن الخطر الأكبر هو عدم مراجعة أولي الأمر ومحاولتهم إصلاح جانب الخلل فقد أوضحت النتائج أن هناك أزمة ثقة بين الرأي الرسمي للدولة، كما تعبر عنه الصحف القومية وبين الرأي العام كما يعبر عنه جمهور الدراسة.

ويرأي المؤلف فإن ضعف دور الصحف القومية في وضع أولويات اهتمامات الرأي العام يمكن أن يرجع إلى كل أو بعض العوامل الآتية[1]:

1. وجود النفاق السياسي لدى بعض كتاب الصحف القومية وهذا البعض يسيء للبعض الآخر، مما يجعل الصورة الكلية مشوهة، الأمر الذي يؤثر على مصداقية هذه الصحف لدى الرأي العام.
2. الترويج لسياسات وقرارات الحكومة بشكل يكاد دائماً، وهو ما يؤثر على قبول الجماهير لرأي هذه الصحف حتى ولو كانت القرارات والسياسات مقبولة ذلك أن غياب المعالجة النقدية التي تحترم عقل القارئ يؤثر على مكانة هذه الصحف لدى الرأي العام.
3. الحدة والتقلب المفاجئ في المواقف الرسمية للصحف القومية إزاء بعض القضايا أو بعض الشخصيات دون تفسير واضح لهذه الانقلابات المفاجئة في الرأي.

(1) سمير عبد الرحمن، الإعلام المصري، مرجع سبق ذكره، ص152– 156.

4. الدعاية السياسية السطحية والفجة أحياناً والتي تسبق الانتخابات والاستفتاءات أيا كان نوعها وهي تمثل شكلاً صحفياً استفزازياً للقارئ الذي يدرك بفطرته المصالح السياسية المرتبطة بهذه الدعاية ويتساءل في حيرة عن مصدر التمويل إذا ما اتخذت هذه الدعاية شكل الإعلان المباشر.
5. سيادة التدفق الإعلامي الراسي من السلطة إلى الجماهير وندرة التدفق الإعلامي في الاتجاه المعاكس من الجماهير إلى السلطة، وكأن وظيفة الصحافة هي أن تخبر الشعب ما تريده الحكومة لا أن تخبر الحكومة ما يريده الشعب.
6. اعتماد الصحافة القومية أحياناً على تضليل الرأي العام سواء من خلال نقل الحقيقة ناقصة، أو إخفائها أو تحويل اهتمام الجمهور من قضايا ملحة إلى قضايا غير هامة.
7. غياب وضعف الدور الرقابي للصحافة كسلطة رابعة(بالمعنى المجازي على الأقل) لديها الحق والقدرة على ممارسة هذا الدور في متابعة أعمال السلطة التنفيذية والتشريعية ومحاسبة المخطئ وفضح السلبيات وتعريتها أمام الرأي العام.
8. سيادة الاعتقاد لدى الرأي العام بوجود مصالح مشتركة سياسية واجتماعية أو اقتصادية.. بين السياسيين والصحفيين من شأنها أن تضعهم حقاً في سلة واحد في مواجهة الرأي العام.
9. تحول الصحافة – أحياناً من القيام بدور تنويري يهدف إلى إطلاع الرأي العام على الحقائق كاملة إلى الصمت التام، وأحياناً تسطيح أو تزييف الوعي بشأن بعض القضايا، وهو الأمر الذي لا يخفي على القارئ كشفه وتمييزه.
10. الممارسة الصحفية تؤكد إلى حد كبير – على أن حرية الصحافة قد فهمت على أنها امتياز خاص للصحفيين وليست حقاً عاماً للمجتمع الأمر الذي ينعكس أحياناً على التفاعل بين الرأي العام والصحفيين، وإمكانية تعبير الرأي العام عن نفسه في الصحافة.

11. وجود الرقابة الحكومية السابقة على النشر إذ لا يزال هناك وسيط بين الحكومة وبين الجريدة هو رئيس التحرير المعين من قبل الحكومة، والذي قد يمارس الرقابة على الصحيفة والصحفيين في شكل توجيهات عامة، تضمن ألا يقع على الأقل في حرج مع السلطة.

ومع التسليم جدلاً بغياب هذه التعليمات من قبل رئيس التحرير، فإن الرقابة الذاتية يقظة داخل كل صحفي يجعل شعاره في العمل هو "من خاف سلم، أو إذا كان الكلام من فضة فالسكوت من ذهب"، إيثاراً للسلامة وتأميناً للمستقبل.

12. تبني الصحف القومية للقضايا الهامشية وإعطاء الاهتمام الأكبر لقضايا الرياضية والفن والحوادث والخلافات الشخصية على حساب القضايا الإشكالية التي تستأثر باهتمام الرأي العام. وإذا ما تبنت القضايا الحيوية، فإنها غالباً ما تعالجها من منظور واحد هو ذلك الذي يعبر عن الرأي السمي للدولة.

13. معالجة الصحف القومية لبعض القضايا من منظور ضيق يتفق مع وجهة نظر الحزب الحاكم ويتعارض مع الأحزاب المعارضة خاصة قبل الانتخابات.

14. عدم قدرة الصحفيين في الصحف القومية أحياناً على الحصول على المعلومات الهامة بالدقة المطلوبة في الوقت المناسب، وهذا ما يطرح قضية حق الصحفي في الحصول على المعلومات، فالعمود الفقري لحرية الصحافة هو تدفق المعلومات بالكم والكيف المناسب في الوقت المناسب.

15. لا يوجد حتى الآن آلية يمكن أن تساهم في التوفيق بين الحرية الصحفية والمصلحة الحكومية، والتوفيق بين الحرية الصحفية والإعلان والتوفيق بين الحرية الصحفية ومصلحة الصحفيين أنفسهم، والتوفيق بين الحرية الصحفية وحق الأفراد.

16. لا يزال المفهوم السائد لحرية الصحافة يقتصر على حرية التعبير وإبداء الرأي، ولكن الأهم من ذلك هو حرية إصدار الصحف إذ لا يزال قانون الصحافة

يحرم الأفراد من حق إصدار الصحفه هذا ما يثير قضية إطلاق حرية إصدار الصحف للأفراد.

17. تفتقر الصحف القومية إلى أجهزة قياس رأي عام للتعرف على اهتمامات الرأي العام من وقت لآخر.
18. لا تزال قضايا هامة مثل حقوق الإنسان وحق المعرفة وحق الاتصال والمساواة والعدالة الاجتماعية والنمو المتوازن، لم تأخذ بعد الاهتمام الكافي من جانب الصحفيين وربما لم تدرك على النحو السليم بعد.
19. سيادة نمط معين من القيم لدى بعض الصحفيين، يرجح حب الظهور والشهرة وتكوين العلاقات الاجتماعية، على البحث عن الحقيقة والإفصاح عن الحق والالتزام بالصدق وتحري الموضوعية. فالصحافة رسالة قبل أن تكون وظيفة.
20. الخلط بين الإعلان والتحرير– فالمادة الإعلانية ينبغي أن تكون مميزة ومعروفة لدى القارئ العادي على أنها مساحة مشتراة من قبل معلن معين وتسعى إلى تحقيق أهداف خاصة. وهي في هذا تختلف عن المادة التحريرية شكلاً ومضموناً وهدفاً وصياغة، ولكن المشكلة هي سيادة نمط جديد عرف بالإعلان التحريري وهو الإعلان يرتدي ثوب القوالب الصحفية، الامر الذي يضلل القارئ إذا لم يكشف عن حقيقة هذه المواد، ويؤدي إلى فقدان الثقة ليس بالمادة الإعلانية التحريرية ولكن في الجريدة ككل.
21. كما يرتبط الدور المحدود للصحف القومية في وضع الأجندة القومية بإشكاليات الممارسة الديمقراطية في المجتمع ككل ذلك أن هذا الموقف من الصحف القومية ليس إلا محصلة لسياسات وممارسات أوسع من مجرد السلبيات التي تعاني منها الصحف القومية..

فعدم شعور المواطن بالاقتدار السياسي(وهو إحساسه بغياب دوره في رسم مستقبله والمساهمة في صنع القرارات) ورؤية المواطن للعملية الانتخابية ونظرته لاختيار القيادات والمسؤولين وعلاقة السلطة التشريعية بالسلطة التنفيذية وسيادة نمط معين من القيم والثقافة السياسية توجه وتحكم الأطراف الفاعلة في المجتمع

بما فيها الجمهور. لا شك أن هذه المتغيرات مجتمعة ذات صلة بالعلاقة بين الصحافة القومية والرأي العام...

"يضاف إلى ذلك غياب أو ضعف دور صحف المعارضة، التي تنقل الوجه الآخر للصحف القومية، مما يجعل الصحف القومية تنفرد بجمهورها العربي وهذا يلغي أهمية المنافسة التي تسهم بشكل فعال في تطوير العمل الصحفي والاهتمام باحتياجات وإشباعات الجمهور المحلي".

الفصل الثاني عشر

صحافة الشبكات

الفصل الثاني عشر
صحافة الشبكات

تعتبر خدمة الفيديوتكس والتيلتكست البوادر الأولى لظهور صحافة الشبكات، أو الصحافة الإلكترونية... والفيديوتكس إحدى منتجات تكنولوجيا المعلومات التي ظهرت في عقد الثمانينات.. وهي عبارة عن وسيلة تفاعلية لتسهيل استرجاع المعلومات في مجالات كثيرة... منها إدارة الأعمال، وخدمات البنوك، وصناعة النشر. وتحول هذه الخدمة جهاز التلفزيون إلى استقبال من خلال الربط بحاسب مركزي، إما عن طريق خطوط الهاتف، أو عن طريق الكابلات، كما يحصل في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك للحصول على معلومات عامة أو متخصصة، وهي بذلك وسيلة تفاعلية يستخدم فيها بالإضافة إلى شاشة التلفزيون، مجموعة مفاتيح تشبه الآلة الكاتبة Keypad يتحاور فيها المستخدم مع مصدر المعلومات، وهذه الخدمات والتي عدت في وقتها تطوير لفكرة الهاتف المرئي، مرتفعة التكلفة، لذلك فهي تقتصر على خدمة رجال الأعمال في الغالب، وقد قدمت الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية أعدادها عبر هذه الخدمات.

أما خدمة التليتكست فهي وسيلة أحادية الاتجاه... لكنها أكثر شيوعاً، وقد ظهرت هذه الخدمات في 1974، ويعتقد هذا النظام على استخدام قناة تلفزيونية غير مستخدمة لبث البيانات إلى أجهزة الاستقبال، ويتيح تقديم مئات من الصفحات بشكل متكرر... مما يضطر المستخدم إلى الانتظار عدة ثوان حتى تعود المعلومات أو الصفحة.. لذلك فالصفحات المعروضة قليلة وغير تفصيلية، وتوصف هذه الخدمة أحياناً بأنها خدمة المجلة الالكترونية.

غير أن هذه النظم لم يكتب لها النجاح أو الاستمرار، فقد استخدمت المؤسسات الإخبارية هذه الأنظمة بهدف تقديم الأخبار قبل الوسائل الأخرى دون الاهتمام بتطويرها بما يتفق وحاجات المستخدمين الذي تجاوزت الحاجات الإخبارية فقط.

ولكن مع ظهور شبكة الإنترنت بخصائصها وانتشار واستخدامها، بدأت تفرض نفسها على العملية الصحفية ومنتجاتها بطريقتين[1]:

1. الاستخدام في غرف الأخبار ومكاتب المحررين للمساعدة في أداة العمليات التحريرية أو في استقاء المعلومات من مصادر متعددة والتحقق منها وتدقيقها وتوظيفها وتخزينها في الأوعية الالكترونية التي تمثل أرشيف المحرر.
2. ظهور صحافة الشبكات باعتبارها أحد الوسائل الرقمية الجديدة والتي استفادت من خصائص الإنترنت في التحرير والتخزين والتوصيل إلى الجمهور المستهدف، بما في ذلك وجود التفاعلية والوسائل المتعددة والنص الفائق (المتشعب).
3. ورغم ظهور الإنترنت منذ ما يزيد عن ثلاثين عاماً إلا انها لم تجد إقبالاً من ناشري الصحف كوسيلة للنشر الإلكتروني حتى أوائل التسعينات حيث نشرت صحفية شيكاغو تريبيون طبعتها عن شبكة الإنترنت عام 1992 وظهرت (إلكترونيك تليجراف) النسخة الإلكترونية من صحفية ديلي تليجراف في عام 1994. كما ظهرت صحفية (التايمز) على شبكة الإنترنت أيضاً في عام 1994 وكانت نفس النسخة الورقية.... لكن الموقع الإلكتروني لصحيفتي (التايمز) و(الصندي تايمز) ظهر في أول يناير (كانون الثاني) عام 1996.

وقد أثير النقاش حول فكرة أن تكون الصحافة الإلكترونية بديلاً عن الصحافة المطبوعة، خاصة بعدما نجحت القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة القطرية مثلاً)، والأجنبية (CNN) في تجاوز الصحافة المطبوعة وجذب قراءها، وتخطيها لمعوقات الورق، وارتفاع أسعاره، ومحدودية آنيتها.

(1) د. ندى الساعي، وسائل الإعلام الإلكتروني، محاضرات في كلية الإعلام، جامعة دمشق، 2012–2013.

وقد شكلت الصحافة الإلكترونية بالفعل تحدياً للصحافة المطبوعة، وقد تمثل هذا التحدي في:

- استخدام الصحافة الإلكترونية للوسائل المتعددة Multimedeia.
- إمكانية التحديث، إذ تقتصر طبعات الجريدة الواحدة يومياً بين واحدة إلى خمس طبعات على الأكثر. بينما التحديث يتم في الصحافة الإلكترونية لحظة وقوع الحدث.
- إمكانية التفاعل مع القارئ.
- إمكانية تطوير واستغلال الإعلانات، وإمكانية الوصول إلى التجارة الإلكترونية.
- إمكانية الإطلاع على الأرشيف الإلكتروني للأعداد السابقة.

وبالتالي فإن الصحيفة الالكترونية (أو صحافة الشبكات) تتميز بأنها:

- حرة من قيود المساحة بما يسمح بمزيد من التغطية الإخبارية والمعلوماتية.
- إمكانية البحث في أرشيف هذه الصحافة عن المعلومات ذات الصلة بالموضوع والتي يمكن أن تمد القارئ بخلفية عن الأحداث.
- توفير عناوين البريد الإلكتروني للمحررين والصحفيين.
- الربط بمصادر معلومات أخرى مثل الخطب الصوتية، مؤتمرات صحفية، بث الأحداث، بينما تتصف النسخ الإلكترونية للصحف الورقية ب:
- النسخة الإلكترونية هي نفس الصحفية التي تم طباعتها سلفاً، ثم تم نقل صور الصفحات إلى مواقع الصحفية على الشبكة، بعد إجراء بعض التعديلات الإخراجية وخاصة في الصحافة الرئيسية.
- النسخة الإلكترونية لا تحمل خصائص او سمات في التحرير والإخراج والعرض تتفق وخصائص استخدام الحاسب والشبكات الرقمية باستثناء استخدام النوافذ.
- لا تزيد النسخ الإلكترونية عن كونها منفذاً جديداً للتوزيع، أو وسيلة للإعلان عنها.

تعريف صحافة الشبكات:

هي العمليات الصحفية التي تتم على مواقف محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل، وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات، وبما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وبما يحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع.

ويحمل التعريف السابق العناصر التالية بما يجعلها تختلف عن المواقع الأخرى التي تحمل نفس الخصائص وتستخدم نفس الأدوات التفاعلية:

1) إنها عملية توفير لها ناشر – فرد أو مؤسسة – يستهدف الوصول بالمحتوى إلى كل مستخدمي شبكة الإنترنت لتحقيق وظائف اتصالية معينة.
2) إن هذه العملية تتم منذ بداية (الفكرة – التطوير – النشر – التوصل) على مواقع محددة العنوان على الشبكة.
3) يمكن أن يشارك في هذه العملية الوسائل المتعددة، مثل الصوت، صور، الفيديو، لقطات أفلام....... وغيرها من الوسائل في كافة مراحل الإنتاج والتطوير والنشر والتوصيل.
4) الاستفادة من خصائص النظم الرقمية في تصميم البرامج والمواقع بالتركيز على خصائص المتلقي وحاجاته بحيث يصبح الموقع كما لو كان مخصصاً للمتلقي بذاته تكون له الحرية في توجيه اختياراته وفق هذه الخصائص والحاجات.
5) الاستفادة من أدوات الاتصال والتفاعل المتاحة على الشبكة حتى يتحقق الاتصال الثنائي أو المتعدد الاتجاهات.
6) اكتساب خصائص الشبكة ووظائفها التي أتاحتها النظم الرقمية.
7) وجود وظائف وأهداف معينة تستهدف هذه المواقع تحقيقها.

خصائص صحافة الشبكات:

تتسم صحافة الشبكات بمجموعة من الخصائص، أهمها:

1. التفاعلية مع القراءة والمستخدمين فلهم حرية التجول بين الصفحات والعناوين، والموضوعات بالإضافة إلى إمكانية حصول التغذية الراجعة، ويظهر هذا جلياً في استطلاعات الرأي الفورية حول الموضوعات أو القضايا المثار عبر الصفحات، بالإضافة إلى النشر الفوري للآراء والأفكار الخاصة بالمستخدمين.
2. استخدام النص الفائق والوسائل المتعددة في إنتاج المواد التحريرية حيث يصل القارئ إلى موضوعات ذات علاقة بالموضوعات المطروحة عبر روابط أو وصلات بحيث تعطي للقارئ خلفية أو تفسيراً أو شرحاً للإحداث أو الأماكن أو الشخصيات، كما يمكن لصحافة الشبكات أن تقدم بجانب ذلك صور الفيديو والرسوم المتحركة والموسيقى والمؤثرات الصوتية أو جزءاً من شريط الفيديو بالصوت والصور للأحداث أو الواقع المنشورة.
3. الآنية والتحديث المستمر حيث لتتفق صحافة الشبكات مع الصحافة التلفزيونية في أن الخبر لم يعد تسجيلاً للأحداث بل هو الحدث نفسه نظراً لتطور تقنيات التسجيل والبث المباشر.

ولكن متابعة التجديد والتحديث في الأخبار يستدعي ارتباط القارئ أو المستخدم بموقع صحفية الشبكة بحيث يعود إليها بين وقت وآخر ولمرات عديدة في اليوم، لذلك تسعى بعض المواقع إلى إطلاق خدمات تقوم بتجميع آخر الأخبار من الموقع المفضل للمستخدم في شكل عنوان مع ملخص وروابط للموضوع وإرساله إلى المستخدم (كما في خدمة الـ Rss Really Simple Syndications).

4. توفير قاعدة بيانات أو معلومات Data Base من الموضوعات المنشورة من هذه الصحف في تواريخ سابقة (يقابلها الأرشيف الصحفي)، يتم تصنيفها وتبويبها وعرضها من خلال محركات البحث الخاص بالصحفية، وتحمل هذه القاعدة

معلومات إضافية مثل خدمة البحث التفصيلي أو البحث المتقدم التي تقدمها الكثير من المواقع.

5. تخضع إدارة هذه المواقع واستخدامها وتصميمها وإنتاجها وأساليب الإتاحة لنفس الأسس الموجودة في مجموعة البرتوكولات الخاصة بالإنترنت، وتعمل ضمن الشبكات في إطار هذه البرتوكولات وتعتبر إطاراً عاماً للكتابة والتحرير والإخراج واستخدام نظم عرض النصوص والوسائل المتعددة وأساليب التخزين والإتاحة والتجول.

6. يوجد أسلوب خاص للتعرف على الصفحات الداخلية واستدعائها، وذلك من خلال وجود صفحة خاصة في البداية تمثل (واجهة والتفاعل User Inter Face)، أو الصفحة الرئيسية أو Home Page والتي تقترب من فهرس المحتويات والتي تقوم بتعريف القارئ بكل الصفحات الداخلية، وتشمل رأس الصفحة الأولى في الصحف المطبوعة، وأهم الأخبار أو الموضوعات، ثم تنظيم عرض الإشارات الخاصة بالصفحات والموضوعات الداخلية، وقوائم الاختيارات الأخرى، وصناديق الاستفتاء على الموضوعات، مع نوافذ الوسائل المتعددة التي يمكن استخدامها مثل الفيديو واللقاءات الصوتية، أو البرامج المصورة ومشاركات القراء بالصوت والصور والكتابة........، ويستخدم في تصميم واجهة التفاعل الوسائل المتعددة من نص وصوت وصورة بالإضافة للرسوم والإعلانات التي تعرض من خلال الظهور والاختفاء والمسح والحركة.

أشكال صحافة الشبكات ومستوياتها:

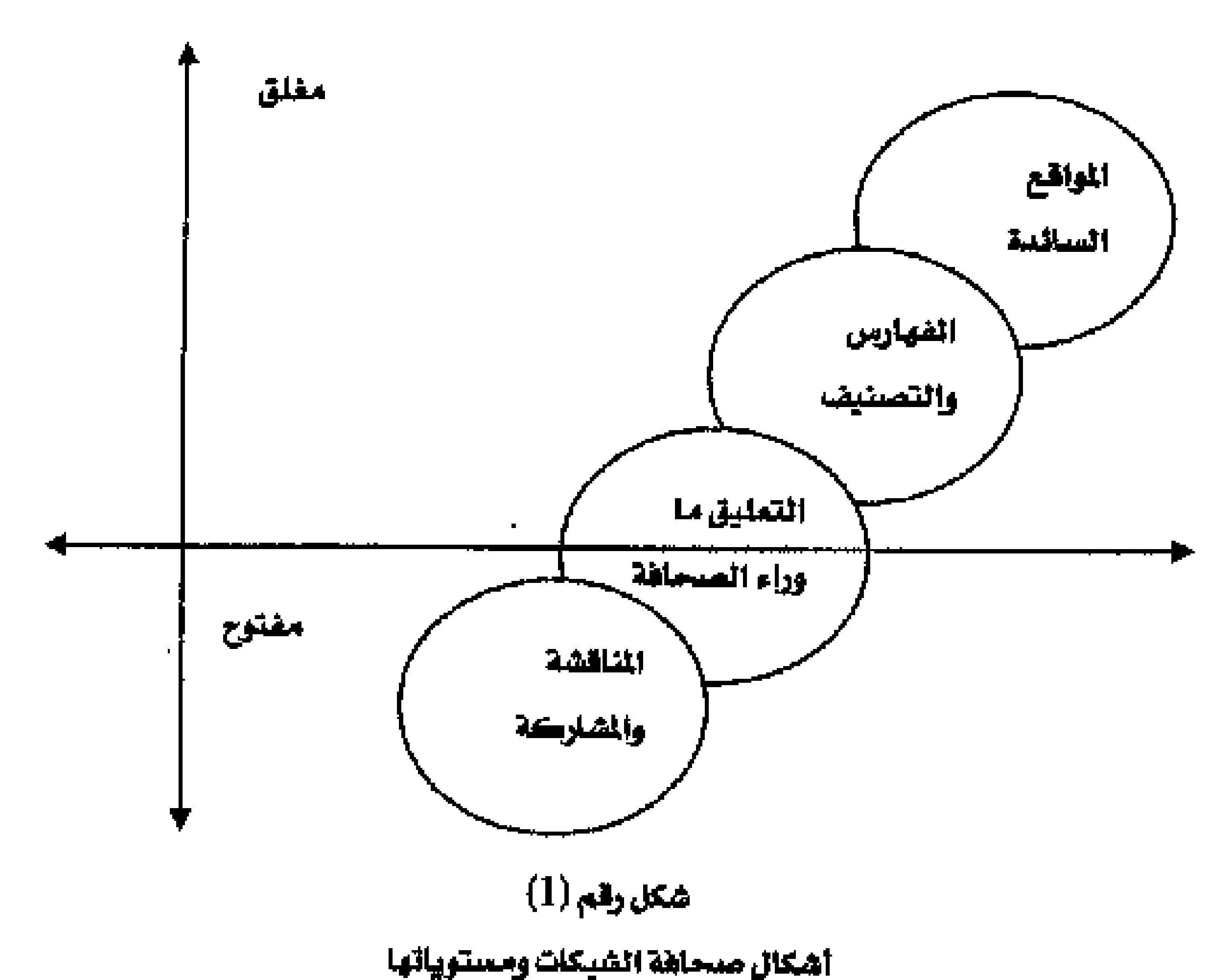
تتوزع صحافة الشبكات عبر رابعة أشكال رئيسية تتفاوت فيما بينها في مستويات وجود أو غياب الخصائص التكنولوجيا لصحافة الشبكات وهي:

1. الروابط النصية.
2. التشعب أو التفاعلية.
3. توظيف الوسائل المتعددة.

ويمكن تقسيم هذه الأشكال إلى:

1. المواقع الإخبارية السائدة وهي المواقع التي تقدم مختارات من نفس المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم.
2. مواقع الفهارس والتصنيف وهذه المواقع ترتبط بأي من محركات البحث المعروفة وهي تسمح للمحررين والصحفيين بالتعميق أكثر يدعم من روابط الأدوات والمحركات مع المواقع الإخبارية، وهذه المواقع تعتبر مجال للنقاش وتبادل الأخبار أكثر منه تقديم الأخبار.
3. مواقع: التعليق على الأخبار وآراء وسائل الإعلام، وفي هذه المواقع يتم مناقشة ما يتم نشره على مواقع الإنترنت المختلفة.
4. مواقع المناقشة والمشاركة، وهذه المواقع تعتبر مدونات جماعية تقدم مساحات شخصية لعدد من الأفراد لتقديم خبراتهم عبر الإنترنت.

والشكل التالي يقدم النماذج الأربعة وفق أيضاً تصنيف الفتح (التي تسمح بالمشاركة او الإغلاق) (التي تسمح بمشاركة محدودة):



شكل رقم (1)

أشكال صحافة الشبكات ومستوياتها

وقد اعتمد الباحثون في بناء هذه الصحافة على استراتيجيات محددة:

1. التحرير التفسيري او الشارح، وهذه الإستراتيجية تقول بأن الصحفيين ليسوا المصدر الوحيد للإعلام ولذلك يتطلب منهم إضافة التفسيرات والتعليقات الإخبارية والتحليلات بما يتيح الوصول للمعلومات الأدق والأعلى.
2. صحافة المصدر المفتوح، وهذه الإستراتيجية تتيح لبعض المبدعين في بعض المجتمعات تقديم المعلومات والتعليقات حول بعض المعلومات وإعادة تعديل هذه المعلومات وإعادة نشرها بعد التعديل من قبل الموقع، وبذلك يطلق على هذا النوع من الاستراتجيات "فحص الحقائق".
3. التوجه الفائق، وهو اتجاه يعمل على دمج النص الفائق والوسائل المتعددة والمتشبعة في تصميم واحد أو نموذج واحد للنشر.

التوصيات الخاصة بالكتابة والتحرير في صحافة الشبكات:

1) لم تختلف الأسس الخاصة بالكتابة والتحرير في صحافة الشبكات عن الكتابة للمطبوعات فيجب أن يستعين المحرر بكافة الأساليب والوسائل لجذب انتباه المستخدم إلى جوهر الفكرة، وضوح السياق الذي يؤكد معنى المعلومة ودلالتها، وسهولة إدراكها.
2) أن يوضع في الاعتبار استخدام الوسائل المتعددة للعرض والتقديم.
3) مستخدم صحافة الشبكات يضع لنفسه طقوساً خاصة للاستخدام تعتمد على التجول الحر والاختيار من بين الوسائل أو بين محتواها (النصي أو المسموع أو المرئي)، لذلك فإن توظيف الوسائل المتعددة يجب أن يرتبط بالوقت المتاح للقرار الخاص بالاختيار ثم احتمال التجول، كما يرتبط بطقوس الاستخدام والتعرض وعلاقتها بتأثيرات الاستغراق.
4) توظيف الروابط والوصلات بين الأجزاء الإتاحة الحرية للمتلقي في الاختيار والتجول والسيطرة على الوقت وظروف التعرض.

5) أن تتصدر الصحفية واجهة التفاعل Home Page التي تنظم عملية التجول والاختيار الحر بين الموضوعات.

6) الا تحمل واجهة التفاعل Home Page أكثر من العناوين الدلالة أو المعبرة مع الاهتمام بالصورة في العرض والتقديم.

ولا يمكننا أن نجزم بوجود أشكال أو قوالب صحفية خاصة بصحافة الشبكات ولكن يمكننا ملاحظة ما يلي في عملية تحرير أو كتابة الأخبار في صحافة الشبكات:

1. الاختلاف في الكتابة للصحافة المطبوعة أو الشبكات تعود لاختلاف الوسيلة في صحافة الشبكات وعند استخدام الوسائل المتعددة فإن الاهتمام بالصورة ثم الانتقال إلى النص المكتوب يكون تأثيره أقوى، فنقل الحدث أو صورته الطبيعية يوفر الكلمات والجمل.
2. التركيز على الملخصات أو الموجز في العرض الأولي للأخبار مع إعطاء مساحة كافية للوصلات التي تسمح للمستخدم حرية التجول والاختيار.
3. تقسيم النص إلى مقاطع أو أجزاء ترتبط بوصلات يختار منها المستخدم ما يشاء.
4. تجنب الكتابة الخطية (المتسلسلة) حيث يمكن المستخدم في الكتابة غير الخطية اختيار الوصلات والروابط ليكشف بنفسه العلاقات بين الأجزاء وفي حالة الرد الطويل لنص ما نفضل تجزئة النص إلى أجزاء غير مطولة تربط بينها أدوات الربط مع ترك النهايات مفتوحة لتوفير حرية للقارئ في المتابعة أ والاكتفاء بالأجزاء أو الأقسام التي قرأها.
5. أن تكتب للمستخدم وكأنه أمامك مع مراعاة توفير هذه العلاقة في أدوات التفاعل.
6. أن تضع بالاعتبار تعدد الاهتمامات والميول عند كتابة القصة.

7. ما زال الهرم المقلوب هو الأسلوب الأمثل المستخدم في سرد الأحداث فالمهم في الأعلى وبعض المواقع تضع العنوان مع مقدمه الخبر في الصفحة الرئيسية ويتيح أدوات الانتقال إلى باقي القصة في الصفحات التالية.
8. تدعيم التفاعلية بطرح الأسئلة واستثارة المتلقي للإجابة عليها.
9. تحفيز المتلقي للتفاعل مع المحرر من خلال طلب التعليقات والتصويت على الموضوعات.
10. التحديث الفوري للأخبار والقصص السابق نشرها:

وبصفة عامة فإن علاقة المحرر بالمتلقي تقوم على مبدأين:

1. تخفيض الجهد المبذول في التجول والاختيار والتعرض وهذا يستدعي البساطة في الكتابة والاختصار والمباشرة في الطرح ودعم الدافعية إلى التجول السهل والحر من تجنب كل ما يعكس وجهة نظر الكاتب أو المحرر حيث تسمح الوصلات بنقل وجهات النظر المختلفة.
2. الكتابة التفاعلية بما يحقق حرية التجول والاختيار والمشاركة بالتعليق من خلال مهارة كتابة العناوين الرئيسية والفرعية وتحقيق الترابط بينها، مع مراعاة عدم التجزئة في الصفحة الواحدة، واستخدام أكثر من أسلوب للكتابة في المقاطع أو الأجزاء.

ويشير بعض الباحثين إلى استخدام نفس نمط الكتابة للتلفزيون، حيث تستخدم الفقرات القصيرة، والعناوين الفرعية وقوائم التوجيه، وأهمية استخدام علاقات الاقتباس لأن المتلقين يحبون ما يقوله الآخرين.

غير أن بعض الباحثين يوجهون الانتقادات إلى صحافة الشبكات ويذكرون:

1. قراءة الصحفية الالكترونية صعبة ومتعبة وتستغرق وقتاً طويلاً.
2. الملائمة والحرية البصرية والشعور بالأولويات كخبرة شخصية لم يعد موجوداً.

3. إن استخدام النص الفائق يؤدي أحياناً إلى تضليل القارئ، فهو يقوم بقفزات عديدة ويعيدو عن النص الأصلي الذي بدأ بقراءته وقد لا يستطيع أن يجد طريق العودة.
4. إن الثراء أو المبالغة السمع بصرية أحياناً قد لا تجذب القارئ.

مستقبل الصحف الورقية:

تتنبأ العديد من الباحثين بأن الصحافة الالكترونية لن تلغي الصحافة الورقية لأن:

1) الصحفية وثيقة ثقافية وتاريخية إنها نافذة حقيقية على التاريخ وخبرة بالزمن.
2) الكمبيوتر ليس إلا لمساعدة الناس للبحث عن أشياء معينة.
3) الصحفية أسهل في الحمل والقراءة، والوصلات قد يصعب الوصول إليها، أو أن تكون عرضه للأخطاء الالكترونية التي قد تعتري الرسائل المستقبلة علاوة عن التحميل البطئ للموضوعات.
4) لا يزال العديد من الأفراد يحبون الإحساس بالجرائد الورقية التي يحملونها.

ويطرح موضوع تأثير وسيلة اتصالية جديدة على الوسائل القائمة عقب ظهور الوسيلة وانبهار الجمهور وإقباله عليها، ويرى الباحثون أنه يجب التريث في الحكم على تأثير صحافة الشبكات على الصحف المطبوعة نظراً:

أ) لحداثة هذه الصحافة.
ب) لاختلاف جمهور كل وسيلة.
ج) واختلاف الحاجات وسلوك التعرض.

وفي هذا المجال نرصد اتجاهين، يمكن أن نحددها بـ:

- الحماس البالغ لتأثير صحافة الشبكات والمواقع الصحفية، وذلك حسب ما يرى أصحاب هذا الاتجاه، التطور السريع لهذه المواقع وخصائصها وانتشار استخدامها الإنتاج والنشر فيها مقارنة بالصحف الورقية ويدللون على ذلك بانخفاض توزيع الصحف الورقية في كثير من دول العالم وانخفاض عائداتها، وانخفاض أو صعوبة تمويلها.
- التريث في الحكم: ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنه لن يحدث تراجعاً في مكانه الصحف الورقية فلم تستطيع أية وسيلة إعلامية جديدة إلغاء سابقتها وما يقال عن تراجع العوائد وصعوبات التمويل وتراجع التوزيع يرتبط بخصائص السوق في كل مرحلة من مراحل التطور في كل دولة، وهذا أمر غير قابل للتعميم وإذا كان للمواقع الصحفية خصائص تميزها كالفورية والتحديث المستمر، فإن الصحف الورقية خصائص ومميزات أيضاً كالتغطية التفسيرية من خلال التقارير الإخبارية والمقالات والتعليقات، وغيرها من الفنون الصحفية التي تتطور يوماً بعد يوم لتلبية حاجات قراءها.
- ويشير الباحثون أنه إذا كان هناك تراجع في استخدام الصحف الورقية فإن هناك تراجعاً في استخدام المواقع الصحفية الإلكترونية ويستشهدون بما حصل في حرب العراق حيث دلت النتائج على انخفاض مستوى استخدام هذه المواقع بعد انتهاء الحرب مقارنة بالاستخدام قبل أثناء الحرب، بما يشير إلى أن الاستخدام ارتبط بالحدث والأزمة.

ويشار في هذا المجال إلى أن العلاقة بين المواقع الصحفية والصحف الورقية يجب تناولها من خلال الخصائص الإنتاجية والفنية، وأسلوب الاستخدام، وذلك كما يلي:

1. أغلب المواقع الصحفية ليست نتائج جهود مستقلة بل أنها تعتمد في نجاحها على جهاز إعلامي يقف وراءها مثل بعض الصحف القائمة، أو الفضائيات،

وبعضها يحمل اسم هذه الأجهزة، بما يشير إلى ان اسم هذه الأجهزة هو الذي جذب المستخدم لاستخدامها خاصة مع نسخ الصحف الورقية على مواقع الشبكة باعتبارها منفذ من منافذ التوزيع.

ب. تتوقف قدرة المواقع الصحفية في التغطية الآنية والفورية والتحديث على وجود شبكة قوية من المراسلين، لكن أغلبها ما زال يعتمد على مرسلين الأجهزة الإعلامية التي تحمل اسمها، بما يمر القارئ بعدم وجود اختلاف وفارق كبير في المحتوى يجعله يستمر في استخدام هذه المواقع.

ج. سبقت الصحافة التلفزيونية في التغطية الفورية والتحديث، لكنها لم تلغ الصحف الورقية حيث مازالت هذه الصحف تتصدر الوسائل الأخرى في تقديم التغطية التفسيرية والاستقصائية والتحليل المتعمق، وهو ما قد تعجز عنه المواقع الصحفية خاصة مع الأخذ بالاعتبار سلوك استخدام مواقع الإنترنت.

د. ما يقال عن خاصية استخدام النص الفائق يثار حوله نقطتين:

- مازال الحديث مبكراً عن وجود بيانات خاصة بالمواقع الصحفية وكذلك عن تنظيم التراكم في محتوى هذه المواقع وإعدادها المتجول، وما يحصل الآن هو الربط مع ما يستمد من وقائع وأحداث طبقاً لرؤية المحررين والعاملين في المواقع.
- الإحالة إلى مواقع أو قواعد بيانات أخرى قد تشكل صعوبة للقراء كما أنها لا تميز المواقع الصحفية، فيمكن لقارئ الصحفية المطبوعة أن يدخل بنفسه إلى المواقع المختصة أو إلى قواعد البيانات وذلك حسب حاجاته.

ه. المواقع الصحفية مثلها مثل الصحف الورقية تتعرض مالية، فهي مواقع تقدم خدمة مجانية ولا تتلقى دعماً إعلانياً أو دعماً من جهات أخرى، واستمرار هذه المواقع مرتبط بالواقع بالشركات المضيفة لهذه المواقع بحيث تشكل أحداً روافدها، أو أحد أنشطتها، وبحيث ترضي هذه الشركات عنها وعن اتجاهاتها وتدعمها بالتغطية الإعلانية وإلا فإن هذه المواقع سوف تتحول إلى مواقع مدفوعة الأجر.

و. وبالإضافة إلى وجود الصعوبات المالية فإن هناك فنية تؤثر في استخدام هذه المواقع، وأهم هذه الصعوبات عدم التوافق بين البرامج المستخدمة في تصميم الصفحات والتجول فيها وبين استخدام الزائرين لبرامج مختلفة في التصفح بما يجعل الزائر يدخل على المواقع التي تتفق تصميم التصفح فيها مع برامجها لتجنب صعوبات تصفح مواقع أخرى مختلفة عن برامجه.

ز. لا تراعي الكثير من المواقع الإنفاق بين حجم الملفات التي تعرضها وحاجة القراء، حيث تؤثر الملفات الطويلة عن الاستجابة النفسية والصحية لبعض الزائرين.

ح. قراء الصحف من حيث العمر والحالة الاقتصادية والنوع ما زالوا يفضلون الصحف الورقية مقارنة بالنسخ الإلكترونية.

ط. هناك اختلاف واضح في سلوك قراء الصحف الورقية وسلوك تصفح المواقع الصحفية، وهذه الاختلافات تتمثل بالجهود والصعوبات الصحفية، وجرد مهارة في التعامل مع الحاسب والشبكات.

ويمكن أن تقرأ أنه إلى الآن فإن الكفة تمثل لصالح الصحف الورقية لكن تطور المواقع الصحفية يفرض على الصحف الورقية تطوير أدائها وإنتاجها وذلك للمحافظة على جمهورها واكتساب جمهور جديد.

الفصل الثالث عشر

التقرير الصحفي

الفصل الثالث عشر
التقرير الصحفي

1) مفهوم التقرير الصحفي:

التقرير الصحفي فن يقع ما بين الخبر والتحقيق الصحفي، وهو يعرض مجموعة من المعلومات حول واقعة أو واقعة حديثة، فيفصلها ويبيّن خط سيرها ويشرح أحداثها بطريقة ديناميكية وحيوية..

وهذا العرض لا يقتصر على الوصف الموضوعي والجامد للأحداث، إنما يمكن لكاتب التقرير أن يضمن فيه رأيه أو آراء الآخرين وتجاربهم حول القضية محور الحدث.. لذا فكلما كان كاتب التقرير قريبا من هذا الحدث الذي يكتب عنه، ومعايشا لجوّه، فسيحظى التقرير بفرصة نجاح أكبر..

ولا يهتم التقرير – أو كاتب التقرير بالأصح – بالمواضيع الجوهرية أو الرئيسية فحسب؛ في القضية التي يتحدث عنها كما هو الحال مع الخبر الصحفي، إنما يتوجه باهتمامه أيضا إلى وصف المكان والزمان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث.

2) الفروق بين التقرير والخبر الصحفي:

في مادة الخبر لا أهمية لرأي المحرر، بل إن الخبر يفقد موضوعيته أن تأثر بآراء محرره أو إن تطرق هذا الأخير لوجهة نظره في عرضه للخبر.. بينما في التقرير يفضل أن تظهر شخصية المحرر، حيث بإمكانه أن يستعرض آرائه وقناعاته واستنتاجاته إلى جانب عرضه للقضية التي يتناولها التقرير ذاتها.. كذلك بإمكانه أن يقدم الأشخاص ويعرض وجهات نظرهم، ويمكنه كذلك أن يستعين بالمعلومات ذات الطابع الوثائقي.

الخبر يركز على نقل الحدث فقط، في حين أن التقرير يعرض التفاصيل والملاحظات حول هذا الحدث، بحيث يستوعب التقرير الجوانب التالية:

- الظروف التي أدت إلى وقوع الحدث.
- الأشخاص الذين لعبوا دورا في هذا الحدث.
- التفاصيل الصغيرة التي لا يحتملها الخبر.

3) الفروق بين التقرير والتحقيق الصحفي:

- التحقيق الصحفي يتميز بالتعمق في بحث ودراسة الأبعاد المختلفة للحدث أو القضية، بينما التقرير يكتفي بتقديم صورة سريعة لهذا الحدث، ويقوم بالتركيز عادة على جانب منه.. ومن هذا نستنتج أن التقرير الصحفي يقدم تفاصيل أكثر من الخبر وأقل من التحقيق..
- التحقيق يهدف إلى إقناع القارئ بالرأي الذي يطرحه، بحيث يهدف إلى كسب الرأي العام لصالح القضية التي يطرحها بالتوعية من خطرها مثلا أو بالموافقة على الحلول التي يعرضها التحقيق.. بينما التقرير ينحصر هدفه في إثارة القارئ للموضوع عبر تقديم المعلومات والتفاصيل الصغيرة، وفي أحيان قليلة قد يكون الهدف من التقرير مجرد تسلية القارئ وإمتاعه بالمعلومات الغريبة.
- التحقيق الصحفي يستحسن أن يكتب بأسلوب بسيط مفهوم وعميق، ولأن هدفه إقناع القارئ فهو يحتاج إلى مساندة تتمثل بالرجوع إلى الدراسات أو الرسوم الإيضاحية أو الأرقام والإحصائيات.. بينما التقرير لا يصلح له إلا الأسلوب البسيط الواضح، والجمل القصيرة المترابطة، والتي تحوي أكبر كم من المعلومات والحقائق بأقل قدر ممكن من الكلمات، وبالتالي هو لا يعتني بالدراسات أو البيانات والإحصائيات أو الرسوم والمخططات البيانية.
- يحيط التحقيق الصحفي بالموضوع الذي يتحدث عنه من كافة زواياه؛ الاجتماعية مثلا والاقتصادية والسياسية والدينية والفكرية.. بينما التقرير

يعتمد على زاوية أو زاويتين من هذه الزوايا، بحيث يركز عليها دون أن يتطرق لباقي الجوانب.

يتفق التقرير الصحفي مع التحقيق الصحفي في خمسة نقاط:

- أنهما يشتملان على فنون صحفية أخرى كالخبر والتعليق والصور.
- أنهما يكتفيان بالإجابة على السؤال السادس فقط وهو: لماذا ؟
- أنهما يكشفان عن شخصية كاتبهما.
- أنهما ليسا مطالبين بالتعبير عن سياسة الجريدة، ولا يعني هذا أن يعترضان معها.
- أن يرسمان صورا واقعية للحياة والمجتمع.

4) كتابة التقرير الصحفي:

يكتب التقرير الصحفي بطريقة تسمى (الهرم المعتدل)، أي أن مقدمة التقرير تضم مدخل يمهد لموضوع التقرير بأن يتناول جانب من جوانب الموضوع، وعلى الكاتب أن يختار هذا المدخل بعناية فائقة، ثم بعد هذا يبدأ عرض جسم التقرير وفيه يقدم الكاتب التفاصيل والشواهد والصور الحية للموضوع ليصل في النهاية إلى خاتمة التقرير والتي يكشف فيها نتائج ما توصل إليه، أو أن يقدم أهم نتيجة أو حقيقة وصل إليها عبر تقريره.

شرح طريقة الكتابة:

أولا : مقدمة التقرير:

وهذه المقدمة لها عدة وظائف أهمها:

- أن تمهد للموضوع.

- أن تهيء القارئ لما سيأتي في التقرير، وتعطيه صورة مختصرة عن موضوع التقرير.

ويمكن أن تحتوي المقدمة على العناصر التالية:

- واقعة ملموسة.
- موقف معين.
- صورة منطقية.
- زاوية جديدة أو فكرة جديدة لموضوع قديم.

وتتحدد قيمة المقدمة على ضوء العبارات التالية:

- مقدرتها على لفت انتباه القارئ.
- قدرتها على دفع القارئ لمتابعة التقرير وقراءته حتى النهاية.

ثانيا: جسم التقرير:

من المهم جدا أن يحرص كاتب التقرير على تضمين جسم تقريره جانبين مهمين هما:

- مسار الحدث الذي يتناوله التقرير، والأحداث المتعاقبة على هذا الحدث منذ نشأته وحتى نهايته، أو حتى كتابة التقرير.
- الربط بين وقائع الحدث، وكشف علاقاتها، وإزالة الغموض الناتج عن تداخلها.

ثالثا: خاتمة التقرير:

وهي آخر جزء في التقرير، وأهم جزء في نفس الوقت، ولا بد أن تتضمن:

- تقييم الكاتب لموضوع تقريره.
- عرض النتائج التي توصل إليها خلال إعداده لمادة هذا التقرير.

ومن الضروري أن يراعي كاتب التقرير نقطتان هامتان عند كتابة خاتمة لتقريره، وهما:

- أن يحرص بقدر الإمكان على أن يثير تساؤلات في ذهن القارئ حول موضوع التقرير، بحيث تدفعه إلى متابعة التفكير في الموضوع والحرص على الإطلاع على آخر مستجدات الحدث محور التقرير.
- أن تترك الخاتمة صدى في ذهن القارئ، وان تدفعه – إن كان موضوع التقرير مناسبا لذلك – إلى بناء أو تكوين رأي عن الحدث الذي أثاره التقرير.

محاذير يجب أن ينتبه لها المحرر عند كتابة التقرير:

- أن يحذر من الوقوع في الخاتمة الخطابية الإنشائية التي لا معنى لها ولا تضيف شيئا إلى موضوع التقرير.
- أن يحذر من وجود تناقض أو تعارض بين المعلومات التي عرضها في جسم التقرير مع النتائج التي عرضها في خاتمته.

5) أنواع التقارير:

التقرير الإخباري – التقرير الحي – تقرير عرض الأشخاص.

1) التقرير الإخباري:

وهو التقرير الذي يهتم بعرض وشرح وتفسير جوانب من الأخبار اليومية الجارية وتغطية الأخبار الجادة (Hard News) مثل أخبار الشؤون العامة والشؤون الاقتصادية والمشاكل الاجتماعية والصحة والتعليم، بل وقد يشمل الرياضة والحوادث والجرائم، ويقوم هذا النوع من التقارير بأداء الوظائف التالية:

- تقديم بيانات أو معلومات أو تفاصيل تختص بخبر معين، لا يستطيع الخبر الصحفي بصفته؛ إبرازها أو التطرق لها.
- إبراز جوانب جديدة عن حدث هام.
- تقديم خلفية تاريخية أو وثائقية عن خبر ما.
- تقديم تقييم موضوعي لهذه البيانات عن طريق الأحكام والاستنتاجات والآراء التي يتوصل إليها كاتب التقرير.

ولابد للتقرير الإخباري أن يتسم بثلاث سمات بارزة، وهي:

- الالتزام بالموضوعية وعدم التحيز أثناء سرد المعلومات أو تقييمه لها.
- يجب أن يهتم التقرير الإخباري بالخلفية التاريخية أو الوثائقية إلى جانب المعلومات والبيانات الحديثة.
- يجب الفصل بين المعلومات والأخبار والبيانات البحتة، وبين آراءه واستنتاجاته ووجهات نظر الشخصيات التي يستشهد بها في التقرير، بحيث يميز القارئ بين هذه وتلك بسهولة.

2) التقرير الحي:

هو التقرير الذي يركز على التصوير الحي للوقائع والأحداث، أي أنه يهتم برسم صورتها أكثر مما يهتم بشرحها أو تحليلها، ففي حين أن التقرير الإخباري يركز على سرد البيانات والمعلومات المتعلقة بالحدث، تجد أن التقرير الحي يركز

على وصف الحدث نفسه، وهذا النوع من التقارير ينصرف إلى تغطية الأخبار الخفيفة (Soft News)، إلا انه قد يتطرق للأخبار الجادة في احايين كثيرة، كتغطية الجلسات البرلمانية او المعارك الانتخابية او الاحتفالات القومية والعروض العسكرية أو حتى المباريات الرياضية والحفلات الفنية.. ويقوم هذا النوع بالوظائف التالية:

- وصف الحدث والظروف المحيطة به، والجو الذي تم فيه، والأشخاص المرتبطين به.
- عرض وتصوير وتسجيل التجارب الذاتية مع الحدث سواء للمحرر كاتب التقرير أم مع من يمسهم هذا الحدث، وهو كثيرا ما يوفر الفرصة للناس بأن يدعهم يتكلمون ويعبرون عن هذا الحدث بطريقتهم الخاصة.
- أن يجعل القارئ يحس وكأنه قد شاهد الحدث فعلا بعد قراءته للتقرير.

3) تقرير عرض الشخصيات:

وهو التقرير الذي يهتم بعرض شخصية من الشخصيات المرتبطة بالأحداث والتي تلعب دورا بارزا آنيا في المجتمع المحلي أو الدولي.. بحيث يحلل هذه الشخصية وأفكارها وتوجهاتها.. ويقوم هذا النوع بالوظائف التالية:

- الرسم المتقن الواقعي للشخصيات المرتبطة بالأحداث اليومية الجارية.
- تصوير عملية تمر بها هذه الشخصية، كالصراعات السياسية أو التحديات أو المشاريع.

وهناك محاذير يجب الحذر من الوقوع منها عند كتابة هذا النوع من التقارير، وهي:

- عدم إتقان رسم صورة هذه الشخصية بشكل واقعي وصادق، كأن يضع على لسان الشخصية آراء أو أقوال لم تقلها.

- الخلط بين آراء الشخصية وآراء الكاتب، فيجب تمييز آراء كل منهما وفصلها بصورة تتضح للقارئ.
- الوقوع في خطأ الإيحاء، بأن تتوافق أفكار الشخصية مع أفكار الكاتب، فيظهر التقرير وكأنه دعاية شخصية، وهذا ما يفقد الثقة في التقرير، بل وكاتبه.

- ملاحظات عامة عن فن التقرير الصحفي:

أولا: لا يوجد هناك فصل تام بين أنواع التقارير الصحفية الثلاثة، فهناك تقارير كثيرة تجمع بين نوعين من التقارير، بل قد تجمع بين كل الأنواع.

ثانيا: يجب الحرص على اختيار المعلومات والبيانات التي سيتضمنها التقرير بدقة وعناية فائقة، بحيث ينتقي منها الأوثق والأسهل لاقتناع القارئ

ثالثا: إن لم تتوفر لك معلومات وبيانات كافية عن مادة التقرير، فلا تتردد في تحويل التقرير إلى خبر صحفي، فذاك أفضل من كتابة تقرير ناقص، لا سيما وأن الخبر لا يحتاج إلى قدر كبير من المعلومات.

رابعا: لابد أن يكون هنالك هدف للتقرير وخطة واضحة، وعلى ضوء هذا الهدف وأساس هذه الخطة تختار المعلومات والبيانات المناسبة له.

خامسا: الحرص على الالتزام بالموضوعية، وعدم تشويه الحقائق واستحقارها وتضخيم بعضها الآخر.

الفصل الرابع عشر

المقابلة الصحفية

الفصل الرابع عشر

المقابلة الصحفية

المقابلة الصحفية والحديث الصحفي فن يقوم على الحوار بين صحفي وشخصية من الشخصيات أو بين مجموعه من الصحفيين وشخصيه من الشخصيات.

كما هو الحال في المؤتمر الصحفي، أو فريق من الصحفيين يتم تشكيله من الصحيفة واحدة لمحاورة شخصيه من الشخصيات.

والحديث الصحفي قد ينشر كفن مستقل بذاته، وقد ينشر متضمنا في فنون أخرى مثل التحقيق الصحفي أو القصة الإخبارية وغيرها .. وعلى ذلك يمكن تحديد أنواع المقابلات الصحفية وأهدافها على النحو التالي:

◆ أنواع المقابلات الصحفية وأهدافها:

مقابله صحفية تجرى بهدف كتابه قصه خبرية، وهذه قد تكون عبارة عن مجموعه من المقابلات يجريها المندوب مع ابطال القصة أو شهود العيان هدف جمع الحقائق والمعلومات لكتابة القصة الخبرية، والصحفي في هذا النوع من المقابلات يركز على الأسئلة التقليدية الستة وهي:

من، ماذا، متى، كيف، أين، لماذا..

مقابلة صحفيه لكتابة موضوع إخباري يقدم تفصيلات عن الخلفية المتعلقة بمن أو ماذا جرى؟

مقابلة صحفية لرسم صورة (شخص معين)، فإذا كان هذا الشخص مألوفا للقراء ينبغي إن يقدم لهم الصحفي شيئا جديدا عنه أما إذا كان الشخص

غير معروف فانه يرسم لهم صورته بالكامل وفي بعض الأحيان يكون ما يفعله الشخص أو الجو الذي يعيش فيه أهم كثير مما يقوله في رسم هذه الصورة الجانبية، القصة التجميعية: وهي التي تتم تجميع مادتها على غرار الندوات، وتعطى للقارئ بعدا أعمق عن حدث جار، وذلك عن طريق جمع أراء عدة أشخاص حول هذا الحدث، ويستطيع الكاتب الصحفي أن يكتب قصة تجميعية للآراء أو التعليقات التي يجمعها حول موضوع معين.

مقابله صحفيه لعمل تحقيق صحفي متعمق وتستهدف المقابلات التي يجريها الصحفي لعمل التحقيقات الصحفية الإجابة عن سؤالين أساسيين هما: كيف ولماذا..

حديث صحفي مستقل يستهدف الحصول على أخبار أو معلومات أو آراء وتختلف المقابلات الصحفية فمنها المقابلات الودية أو المقابلات التصادمية أو العدائية، وتتراوح هذه المقابلات بين المشاعر الفياضة ومحاولات الدفاع عن النفس. ويتوقف ذلك على نوع المعلومات التي يسعي الصحفي إلى الحصول عليها وعلى الظروف التي تتم فيه المقابلة.

- مراحل إجراء الحديث الصحفي:

أولا: الإعداد للحديث الصحفي:

اختيار الشخصية واختيار موضوع الحديث:

تعتبر الأحداث الجارية سواء المحلية أو الخارجية هي التي تحدد الشخصيات والموضوعات التي يقوم الصحفي بإجراء مقابلات صحفية حولها بشرط أن ترتبط هذه الأحداث بقضايا تهم الرأي العام أو تمس مصالح عدد كبير من القرء.

ثانيا: جمع المعلومات:

حتى يتمكن الصحفي من إجراء حديث جيد وناجح لابدَّ أن يقوم بجمع المعلومات عن الشخصية التي سيجرى معها الحوار وعن الموضوع أو الموضوعات التي سيدور حولها النقاش، فالبحث الموثق جيداً يعطى الصحفي المعلومات الخلفية التي يحتاجها لتوجيه أسئلة جيدة.. ولمقارنة إجابات الشخص مع ما توصل إليه الصحفي من خلال بحثه عن المعلومات أما الصحفي الذي لا يسعى إلي الإلمام بموضوع حديثه ويكتفي بما هو متاح أو بالقدر اليسير من المعلومات فان معلوماته أو حديثه يمكن أن يكون ناقصاً وضحلا وغير دقيق وغير مثير... وحتى يتمكن المحرر من جمع المعلومات المطلوبة لإعداد حديثه عليه أن يجيب أولا على هذه الأسئلة:

1) ما هي المعلومات التي يريد أن يعرفها؟ هل تتعلق بواقعه حقيقية أم تاريخا معينا؟

- هل هي رقم تليفون أم اسم خبير أم معلومات خلفية أم إحصاءات.....
- على الصحفي أن يعد قائمه بالمعلومات التي يريدها لموضوعه....

2) لماذا يريد أن يعرف هذه المعلومات؟ هلي هي مهمة جدا لموضوعه أم ثانوية الأهمية، هل هي مثيرة للاهتمام أم يمكن الاستغناء عنها؟
3) كيف سيستخدم هذه المعلومات؟ هل ستنشر بالنص كما ذكرها المصدر؟

هل ستستخدم لتحديد أسئلة المقابلة؟ عليك أن تحدد كل معلومة والدور المحتمل لها في الموضوع..

❖ من أين يحصل الصحفي على المعلومات:

هناك مصادر عديدة يمكن للصحفي الحصول على المعلومات من خلالها عن موضوع الحديث والشخصية التي سيجرى معها الحوار وهي:

ارشيف الصحيفة أو المكتبة أو الاتصال بالصحفيين الذين سبق لهم إجراء مقابلات مع هذه الشخصية الاتصال بأصدقاء الشخصية القدامى وزملاء دراسته وذلك في حالة الإعداد لحديث يستهدف تصوير جوانب في شخصية المتحدث..

إعداد الأسئلة:

إن المحرر الذي يذهب إلى المقابلة بدون أسئلة معدة سلفاً، قد يضيع منه الموضوع الأصلي الذي جاء من أجله، وقد ينحرف به المتحدث إلى مجالات بعيده عن نطاق الموضوع الأصلي... والمقابلة هي رحله استكشاف يجب أن يكون لديك دائما فكره عن السبب الذي من اجله ستجري المقابلة مع شخص ما..

وقد تسعي أسئلة الحديث الصحفي إلى إيجاد إجابات على الأسئلة الخمسة او الستة (من، متى، ماذا، أين، كيف، لماذا)، ويمكن أن تكتفي بالتركيز على عدد قليل من هذه الأسئلة.

◆ افضل الأسئلة في الحديث الصحفي:

يري الخبراء ان افضل سؤال هو الذي يصاغ بطريقة تشعل في المتحدث الرغبة في الإجابة عليه بطريقة مثيرة للاهتمام وحافلة بالمعومات..

- التركيز دائما على الأسئلة التي تبدا بكيف ولماذا لأنها تبحث عن رأي يظهر شخصية المتحدث ويساعد الصحفي على تقييم وجهه نظره..
- أسئلة الحديث الصحفي يجب أن تكون ايجابية وليست سلبيه بمعني أن إجاباتها تقدم معلومات أو وجهات نظر..

◆ اسوا الأسئلة في الحديث الصحفي:

- السؤال المكون من جزئيين يقطع أفكار المتحدث..
- الأسئلة التي يزيد طولها عن ثلاث جمل فهي لا تعتبر سؤال بل خطبه تفقد المتحدث الاهتمام بالسؤال..

الأسئلة التي إجابتها نعم أو لا .وهذا لا يعني أن تكون أسئلة المحرر من ذلك النوع الذي يجعل المتحدث يجيب بنعم أو لا، إلا إذا كان هدفه من ذلك أن يستدرج المتحدث إلى سؤال آخر يفرض عليه أن يسترسل في الإجابة شرحاً وتفصيلاً لإجابته السابقة سواء كانت بنعم أو لا.. وقد تضطره إلى إعلان موقف واضح لم يكن موضعاً لحساباته.

الفصل الخامس عشر

المقال الصحفي

الفصل الخامس عشر
المقال الصحفي

تاريخياً كان المقال هو الأصل والأساس في تحرير الصحف والمجلات منذ نشأتها .. وظل لفترة تاريخية طويلة صاحب المكانة الأولى في تحريرها، وبقيام الحرب العالمية الأولى تراجع المقال إلى الصفحات الداخلية ليتصدر الخبر الصفحات الأولى، أما قبل ذلك فكانت الصحف تصدر معتمدة على المقال في صفحاتها الأولى، وكانت كل صحيفة تتباهى بمقالاتها وتفخر بكتابها وتعمل من خلال ذلك على تدعيم مركزها ورواجها في سوق القراء.

فالمقال الصحفي كفن تحريري يلعب دوراً كبيراً في تحقيق وظيفة الصحافة في مجال التوجيه والتنوير والإرشاد وتكوين الرأي، ومثلما هو كذلك فهو أيضاً يعين الصحيفة على القيام بالدور الذي ينبغي أن تقوم به خدمة لقرائها.. فالقارئ لا ينتظر من الصحيفة التي اعتاد قراءتها، أن تمده بالأخبار في عالم اليوم الذي استطاعت فيه تقنيات الاتصال أن تنقل الأحداث لحظة وقوعها في أي بقعة من الكرة الأرضية،وإنما ينتظر من صحيفته أن تكون رؤية تحريرية قادرة على تفسير الأحداث وتقديم المعلومات وشرح القضايا ومسائل ما وراء الكواليس، كما ينتظر من صحيفته أن تلبي حاجته إلى المعرفة والثقافة، وأن تمكنه من فهم ما يدور حوله من أحداث ونشاطات ووقائع وقضايا..

والمقال مثلما هو فكرة يتلقفها الصحفي ليعالجها بأسلوبه الخاص وطابعه المتميز، هو أيضاً يشكل دعوة للقراء للتفكر والتدبر وربما التصرف تجاه الأحداث من واقع فهمها لها، وفي ذلك تلعب مقالات الرأي والرصد والتحليل والتفسير لمختلف الموضوعات والقضايا دوراً في تحقيق الصحافة لوظيفتها في قيادة الرأي العام، فهذا النوع من المقالات ينبغي أن يكون خروجاً من دائرة وحدود ما هو كائن ومعروف، إلى عمق وجوهر ما هو غير معروف وما يجب أن يكون، ففي هذا

النوع من المقالات يكمن التوقع والاستكشاف والرؤية والدعوة والاستقطاب وما يتبع كل ذلك من أعمال للفكر واتخاذ للموقف والدعوة للتغير.

- أنواع المقال الصحفي:

للمقال الصحفي نوعان:

(1) المقال الافتتاحي: يكتبه رئيس التحرير، وهو يستعين بالوثائق ليدعم رأيه. وهو يلتزم فيه بما يلي:

- التحفظ والحذر في إبداء الرأي.
- إقناع القارئ، وطرح الموضوعات الطازجة.
- النزوع إلى التوجيه ومخاطبة الرأي العام.
- تناول ما يهم البلاد من أحوال سياسية، داخلية وخارجية واقتصادية واجتماعية.

ويمتاز أسلوب المقال الصحفي بما يلي:

1) يشتمل على فكرة يحسن كاتبها عرضها في ثوب من التشويق.
2) أسلوبه سهل واضح يفهمه كل قارئ.
3) يميل إلى الجدل في مناقشة الآراء والاتجاهات المختلفة.
4) يميل إلى التطويل فيما يتطلب ذلك، وإلى الإيجاز في أكثر الأمور.

(2) مقال الرأي: وهو القسم الثاني من المقال الصحفي:

1) ليس بالضرورة أن يعبر مقال الرأي عن رأي الصحيفة كالمقال الافتتاحي.
2) وهو ليس مقصوراً على جوانب سياسية.
3) يمكن أن يُقدّمَ في سلسلة معينة، مثل فن القصة، أو قضية المرأة في أفريقيا.

- ضرورة كتابة المقال من حيث الشكل والمضمون:

الكتابة فن رفيع لا تكفي فيه كثرة الإطلاع وسعة الثقافة وتنوع المعرفة والتمتع بالموهبة، ذلك أن للكتابة عموماً، ولكتابة المقال الصحفي بصفة خاصة ضرورات، فإن توفرت في أي مقال صحفي أياً كان نوعه رفعت من قيمته وأرضت قراءه.. هذه الضرورات تعطي للمقال الصحفي درجة من القبول، تجعل القراء يقبلون على قراءته والتحدث عنه للآخرين، بما يعطي لكاتبة شهرة وذيوعاً، وتتصل ضرورات كتابة المقال بالشكل والمضمون بما هو آت:

أ. ضرورات كتابة المقال الصحفي من حيث الشكل:

المقال كأي جسم كتابي له مكونات بعضها يتصل بالفكرة وأسلوب عرضها وطريقة تقديمها، وبعضها الآخر يتصل بالشكل الذي يكون عليه المقال وأهمها: العنوان والمقدمة والجسم والخاتمة والصورة إذا دعت الضرورة لوجودها.

هذه المكونات تجمع مختلف أنواع المقالات على وجودها، مثلما يُجمع مختلف كتاب المقالات على الكتابة على أساسها.

ب. ضرورة كتابة المقال من حيث المضمون:

لكي تكون البداية صحيحة يجب أن تكتب الموضوع أولاً في رأسك بعد أن يروق لك ويثير اهتمامك.. ثم فكر في الزاوية التي ستكتب عنها، والعبارات التي تستحق أن تأخذ بها، وعناصر التشويق التي يجب أن تسيطر عليها، ومن ثم يبدأ سعيك نحو الأسلوب الذي ستكتب به، فحين تنطلق الكلمات على الورق، يجب أن تركز على المقدمة، وتذكر أنها هي التي تحدد المزاج العام للمقال، وهي التي ستتضمن العنصر الذي أثار خيالك واستفز تفكيرك، لعله أيضاً يفعل القارئ نفس الشيء، ففي كل أنواع الكتابة الصحفية لا يمكننا تجاهل الهرم المقلوب، لأن له سمة واحدة ينبغي تطبيقها في كل اشكال الكتابة الصحفية،هذه السمة تتمثل في أن

لتكون أول فقرة (المقدمة) بالغة القوة، وأفضل الفقرات هي التي تجعل القارئ يحس وكأنه يرى.. وهو سبيل الكاتب المتميز.

- **خطوات تحرير المقال:**

على الرغم من أن المقال وثبة عقلية لا تجري على نسق معين، إلا أن التجارب دلت على أن تحريره يمر بعدة خطوات نجملها في الآتي:

الخطوة الأولى: الكتابة في الذهن: وهي قاعدة عامة لمختلف أنواع الكتابة الصحفية حيث تبدو الأفكار والعبارات والجمل مشرقة في ذهن الكاتب، وهي نتاج للمعايشة الصحفية المستمرة للأحداث محلياً وعالمياً.

فالكاتب الذي لا يتمثله الحضور الذهني الصحفي قبل البدء في الكتابة، فذلك يعني أنه لم يكن موفقاً في اقتناص الفكرة التي سيكتب عنها، ومناقشته لها مع نفسه، وغالباً ما تستعصي الكتابة عليه، ويجد نفسه حائراً من أين يبدأ؟ وماذا يكتب؟ وماذا يترك؟

الخطوة الثانية: تقسيم الفكرة إلى عناصر: بعد استقرار الحضور الذهني للفكرة يبدأ الكاتب في تقسيمها إلى عناصر كي يسترشد بها في تناول الفكرة، فالعناصر هي التي تحدد ما سوف يكتبه المحرر، فقد تحتاج بعض العناصر إلى معلومات معينة، أو رأي خبير أو ما إلى ذلك.

الخطوة الثالثة: تحديد الاتجاه العام للمقال: هذا الاتجاه هو الموقف الذي ستكون عليه كتابته في ضوء المواءمة بين: رؤيته الخاصة وسياسة الصحيفة وتوقعات القراء.

الخطوة الرابعة: تنظيم المادة: وذلك بترتيب العناصر واستبعاد الضعيف والقلق منها، وكذلك الأمر بالنسبة للمعلومات..

الخطوة الخامسة: كتابة المقال: وتبدأ هذه الخطوة بكتابة العنوان والمقدمة وجسم المقال ثم خاتمته.. وبعض الكتاب يؤجلون كتابة العنوان إلى ما بعد الفراغ من كتابة المقال، فليس هناك قاعدة ثابتة أو طريقة معينة.. فلكل كاتب أسلوبه وطريقته الخاصة في إعداد نسيج مقاله، ولكن من المهم في ذلك أن يحافظ الكاتب على الوحدة العضوية للمقال، والتي تجعله متماسكاً في شكله ومضمونه ولتحقيق ذلك يجب أن يتأكد الكاتب من سلامة اختياراته لعبارات الربط التي يتنقل بها من فقرة إلى أخرى، والأهم من ذلك كله، أن يحافظ على الفكرة الأساسية على طول المقال حتى لا تبعده التفاصيل عن جوهر الموضوع فتضعف المعالجة ويتيه القارئ.

الخطوة السادسة: المراجعة.. في هذه الخطوة يخضع المقال إلى المراجعة التي تؤدي إلى:

1) استبدال عنوان بآخر.
2) تغيير نوع المقدمة أو تعديل بعض جوانبها أو اختصارها أو إدخال إضافات عليها
3) تقديم أو تأخير أو حذف أو دمج بعض فقرات المقال.
4) التأكد من صحة بعض الآراء أو المواقف التي تبناها الكاتب ومدى اتصافها وموضوعيتها.
5) مراجعة الأسماء والتأكد من صحة المعلومات والأرقام والتواريخ.
6) التأكد من السلامة اللغوية من حيث النحو والإملاء واستخدام الألفاظ المناسبة والمعاني.
7) الاطمئنان على طول المقال وعدد سطوره بما يتناسب مع المساحة المتاحة أو المخصصة له.

خصائص لغة المقال:

لغة المقال ليست اللغة المتقعرة التي يتسابق الكتاب لحشو مقالاتهم بها، فالكلمات العقيمة والألفاظ الغريبة، تجعل القارئ ينفر من قراءة المقال إلى مادة أخرى تكون كلماتها وألفاظها أكثر سهولة وجاذبية وسلاسة،لأنها تشعرهم أن كتابها يتعالى عليهم..

ولغة المقال هي اللغة السهلة السليمة الواضحة القريبة من فهم غالبية القراء، فهي اللغة التي:

1) تنساب كلماتها دون صعوبة أو تعقيد.
2) تتأثر بالواقع السياسي الحدثي وظروفه وأحواله المتغيرة.
3) تتصل بالتحولات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للمجتمع والعالم من حوله.
4) تتواكب مع التطورات والأحداث العالمية.
5) تتفاعل مع اللغات الأخرى.
6) لا تستغني عن استخدام بعض الكلمات العامية، كمثل شعبي مشهور أو بيت شعر شعبي أو عبارة قالها شاهد عيان بالعامية، على أن ذلك يجب ألا يصل إلى حد الإسراف.
7) تستخدم بعض عناصر الأسلوب الأدبي، دون أن يتقمص الصحفي شخصية الأديب الكامل،بمعنى أن تكون استعانته ببعض صور وأساليب وخصائص الأسلوب الأدبي محدودة، ودون تهافت أو مغالاة، وأن يكون ذلك لغرض وظيفي لخدمة المعنى وليس لغرض جمالي، فبلاغة الكتابة في الصحافة هي البلاغة العملية الوظيفة وليست البلاغة الأدبية الجمالية.

وفي الختام:

إن كتابة المقال الصحفي ليست بالصعوبة التي يحاول أن يصورها البعض، كما أنها ليست بالسهولة التي تظهر بها على صفحات الصحف، فهي عملية متميزة،لأنها تختلف عن أساليب كتابة الفنون الصحفية الأخرى، وإن كانت جميعها تميل إلى الكتابة الموجزة التي يتم فيها تحديد النقاط بسرعة وباختصار المعنى المقصود أو المطلوب، فالإيجاز وليد الحاجة في العمل الصحفي حيث المساحة المخصصة تقف حائلاً أمام اندفاع الصحفي لكتابة التعبيرات النثرية المطولة، فالمقال أحوج ما يكون إلى ذلك حتى لا تتحول فقراته إلى ثرثرة وجدل وترديد لمعلومات ووقائع تناولتها الأخبار.

الفصل السادس عشر

الصورة الصحفية
منظور مهني

الفصل السادس عشر

الصورة الصحفية من منظور مهني

إن عملية التصوير الصحفي ليست عملية ذاتية او جهداً فردياً ولكنها عمليات تقوم على عدد من الأسس العلمية الخاصة بالتخطيط للمهمة الصحفية، في إطار[1]:

- ما يدركه المصور الصحفي عن الصورة.
- طبيعتها.
- جمهورها والحقائق التي تهمهم.

ومن الجانب الآخر تتضمن تلك الأسس عمليات تحرير الصورة التي تقوم على:

- اختيارها من بين عشرات الصور.
- معالجتها إن دعت الضرورة.
- وضعها على الصفحة التي تحددها السياسة التحريرية لإصداره.

ومن هنا فإن الصورة الصحفية تستطيع ان تؤدى الوظائف الآتية:-

- نقل معلومات.
- تأكيد معلومات.
- تكثيف المعاني.
- إضفاء المتعة والترفيه.

(1) د. أحمد خليل حامد "الصورة الصحفية" جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، المجلس القومي للصحافة والمطبوعات الصحفية فبراير 2012

وقد اتبعت الصحافة العالمية ما قبل هذه الألفية أعرافا راسخة في استخدامها للصور، ونقصد بالصحافة العالمية تلك الصحف التي تهتم بالأخبار خارج نطاق المنطقة التي تصدر فيها ويتوزع جمهورها توزيعاً جغرافياً على مدى دولي واسع، وهي تعالج قضايا على مستوى العالم ولا تقاس بكميات توزيعها أو قدرتها المالية، وهناك نوعان من الصحافة العالمية.

- صحافة الصفوة Elite Journalism:

وهي صحف تصدر في البلاد الليبرالية وعادة ما تكون صحفاً مستقلة وتحاول قدر الإمكان ان تبعد نفسها عن السلطات الحكومية الثلاث (التشريعية التنفيذية – القضائية) في البلاد التي تصدر فيها، وتهتم كثيراً باتجاهات الرأي العام العالمي، ولذلك فهي تطلق على نفسها أسم (السلطة الرابعة) وقد ظلت هذه الصحف – والى وقت قريب – تستخدم الصور الإيهامية للأشخاص الذين ترد أخبارهم على صدر صفحاتها الأولى وهى على نوعين:

1) الصحافة الليبرالية:

ومن أمثلتها:

The Times التميز اللندنية:

أسسها Roy عام 1785 م، توزيعها الحالي حوالي 350 الف نسخة يومياً اشتراها بعد ذلك اللورد نورثكليف ثم آلت ملكيتها الآن إلي إمبراطور الصحافة روبرت ميردوخ.

Le Monde اللموند:

صحيفة باريسية موقرة، صدرت لأول مرة في 1944 م، توزع 600 الف نسخة يوميا، وتضع على صدرها ديباجة تقول أنها (صحيفة الشباب الفرنسي المثقف).

Asahi Shimbon اساهي شيمبون:

من أشهر الصحف اليابانية، لها طبعتان، طبعة صباحية توزع منها 6 مليون نسخة يوميا، وطبعة مسائية توزع منها حوالي 4 مليون نسخة إضافة إلي ملحق باللغة الإنجليزية.

Washington Post واشنطن بوست:

هي الجناح الشرقي لمجموعة صحفية كبيرة تمتلكها الراحلة / كاثرين جراهام، توزع لبوست حوالي 300 الف نسخة، مشهورة بتحليلاتها العميقة وتحقيقاتها الجريئة، تصدر في واشنطن منذ 1963 م وتصدر المجموعة الصحفية كل من صحيفتي:

- الهيرالد تريبون.
- لوس أنجلس تايمز.

2) صحافة بلاد السلطة:

وهي صحف تعتبر صحفييها مشاركين في السلطة السياسية وبذلك تكون الصحيفة عبارة عن الجناح الإعلامي لهذه السلطة السياسية، لذا فان استخدامها للصور يتم دائما وفق معايير إيديولوجية، بل قد تكون أشبه بالعمل البروتكولي. ومن أشهر هذه الصحف.

صحيفة البرافدا – روسيا:

صحيفة النجم الأحمر (الصين):

الصحافة الشعبية: Popular Journalism

وهي صحافة تهتم بالجريمة والفضائح والمشاهير والرياضة، غير أنها تمول نفسها من التوزيع فقط دون الالتفات الى الإعلان كمصدر من مصادر الدخل، ومن هنا نلاحظ ضخامة الإعداد الموزعة من مثل هذه الصحف التي لا تقل عند أدني مستوى من مستويات التوزيع عن مليونين من النسخ. ولطبيعتها المثيرة فأنها تستخدم الصور الكبيرة للأفراد والأحداث بل تقوم أحيانا بمعالجتها لإضفاء مزيد من الإثارة على موضوعاتها.

ومن اشهر هذه الصحف:

1.1 الاكسبريس Express
1.2 الميرور The Mirror
1.3 نيويورك صن N.Y. Sun
1.4 الصن اللندنية The Sun

❖ وظائف الصورة الصحفية:

لقد اتفق كثير من الباحثين على ان الصورة الصحفية تستطيع ان تؤدى وظائف عديدة بالنسبة للصحفي وللقارئ معا، وأهم هذه الوظائف هي:

- مساعدة القارئ على فهم الموضوع.
- حثه على قراءة أكثر عمقا.
- توفر إحساسا بالقرب من الصحفي.
- تقدم دعوة للقارئ لكي يأخذ مكانه في الحدث.

- تسهم وفق إطارها العام في تحديد ملامح المفاهيم الإيديولوجية للصحيفة.
- تساعد الصحفي على الشرح والتفسير بيسر

❖ الصور الصحفية في النظم الرقمية:

أصبح من العسير في عالم اليوم الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال. مما جعل الكثيرين يقومون بدمجهما فظهر مصطلح تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وهو تزاوج يقودنا باتجاه عصر جديد هو عصر الاتصال الحاسوبي، الذي يستطيع فيه المرء من نقل وتخزين واسترجاع (البيانات، الأصوات، الصور، الكلمات، الموسيقى، الألوان والرسوم البيانية). والتعامل معها عبر تقنيات الوسائط المتعددة.

ولقد أدت المعالجة الرقمية للصورة الصحفية من خلال الكمبيوتر الى زيادة قدرة المصور في تغيير خصائص الصورة ومحتواها لتحقيق أهداف المؤسسات الصحفية. وهي قضية وضعت غباراً كثيفاً على مصداقية الصورة الصحفية (التي كانت تمثل احد مزاياها).

وقد بدأ التوسع في استخدام بعض المعالجات الرقمية للصور الصحفية في الغرب بحجة التفسير، وأطلق عليه المدخل التفسيري.

ويحتج مصورو المدخل بان الصورة هي رسالة تعبر عن وجهة نظر المصور ورؤيته للأحداث، ومن ثم فإن المصور ملزم أخلاقياً بجعل المشاهد قادرا على الفهم.

وهنا يجب على تنظيمات الصحفيين وضع خطوط حمراء أمام ما لا يجب تخطّيه حتى لا تُدمر مصداقية الصورة الصحفية.

❖ دلالات الصور الصحفية:

اهتمت دراسات عديدة في السنوات الأخيرة بالبحث في علاقة زوايا الكاميرا ودلالات الصور الصحفية الناتجة عنها. فوجد ان هنالك علاقات راسخة بين العاصر الآتية:

1) اتجاه نظر الشخصيات الموجودة بالصورة الصحفية وتأثيرها على القراء:

– الأشخاص الذين ينظرون الى الأمام) في صورهم (باتجاه القارئ تم تقييمهم بمعايير ايجابية.

– الأشخاص الذين ينظرون الى اعلى لحظة التصوير، تم تقييم صورهم بصفات سالبة فهم في نظر القارئ (متعالون ن سلبيون، غير متعاطفين).

– الأشخاص الذين ينظرون الى أسفل لحظة التصوير، جاء تقييمهم من خلال صورهم تلك بمعاير سالبة أيضا) انخفاض معدلات الفاعلية).

2) التصوير من مسافة بعيدة نسبيا (بعد بؤري مناسب) يعزز الجوانب الايجابية للشخصية أو الأشخاص الذين يظهرون في الصورة.

3) التصوير من مسافة قريبة نسبيا يعزز لدى المشاهد القيم السالبة لصاحب الصورة.

4) التصوير الجانبي من أسفل يزيد من نسب الإيحاء بذكاء صاحب الصورة، وقدرته على حسم الأمور) الثقافية ن السياسية، العلمية (بكفاءة – وبخاصة صور الذكور–.

5) هنالك زوايا تصوير اخرى غير معتادة في العمل الصحفي، مثل التصوير من اعلى 5.

(على الرغم من شيوعه في الأعمال الدعائية والإعلانية على حد سواء) فإنه يزيد من فرص إضفاء الكفاءة الأدبية بالنسبة للإناث، أما للساسة من الرجال فانه يوحي بالتقزيم – من قزم – ومن ثم تصغير القدر.

6) في السياسة لا تستطيع الصورة أن تنقل الايدولوجيا ولكنها تستطيع ان تخلق انطباعات قوية عن حملة الإيديولوجيا.
7) تستطيع صور القادة – المكبرة – ان تكشف وتدّعم القيم الكاريزمية لدى أصحابها ولكنها لا تستطيع ان تخلق الكاريزما من لا شيء.

❖ تأثيرات الصورة الصحفية:

يتفق كثير من الباحثين في مجالات علوم الاتصال على أن دراسات التأثير هي واحدة من اكثر المناهج قدرة على تفسير الظواهر وحل المشكلات على الرغم من المخاطر التي تحيق بالمنهج وقدرة الباحثين على ضبط متغيراته.

وبرغم كل ذلك فقد انجز بعض الباحثين دراسات عديدة تناولت تأثيرات الصورة الصحفية على قرائها.

1) فقد انجز الباحث (J.Sheree 1992) دراسة حول تأثير الصورة الصحفية الملونة على العمليات الإدراكية للقارئ، وذلك من خلال ثلاثة متغيرات.

- نظام الثبات، ويقصد به مسح العين للشيء المدرك The Scanning
- المدة التي تستهلك لإكمال عملية المسح.
- عدد تكرارات عملية المسح.

فتوصل الى النتيجة الآتية:

تؤثر الألوان على كيفية تصفح القارئ للصفحة وأنه إذا ما تم توظيف الألوان بطريقة علمية) وفقا لتأثيراتها السيكولوجية والاجتماعية (فإنها تحقق الغاية.

2) وفيما يتعلق بتأثير الصورة الصحفية على إدراك وفهم النصوص الصحفية، أجرى الباحثان (Gibson& Zelman 2000) تجربة حول تقرير اخباري عن مرض معدي يسببه نوع من الحشرات وتم تقديم التقرير للمجموعات المبحوثة بعدة أشكال:

- تقرير صحفي بدون صور.
- تقرير صحفي مع نشر صورة للحشرة.
- تقرير مع نشر صور لأطفال مرضى بذاك المرض مع صورة للحشرة.

1) طفل ابيض وطفل أسود من المرضى وصورة للحشرة.
2) اطفال مرضى كلهم من البيض مع صورة للحشرة.
3) اطفال مرضى كلهم من السود مع صورة للحشرة.

فجاءت النتائج لتبين:

- ان صورة الحشرة عندما اقترنت بصور الأطفال المرضى في التقرير ارتفع معدل الشعور بالمخاطر التي تسببها الحشرة.
- زادت درجة التأثير عندما تنوعت أعراق الأطفال (سود + بيض) في الصورة.

3) أثبتت دراسات أخرى أن القراء الذين يستطيعون رؤية الصور الخاصة بالإفراد الذين يرد ذكرهم في القصص الأخبارية يكونون أسرع في التعرف على السمات الشخصية لأولئك الأشخاص أكثر من القراء الذين لم يشاهدوا مطلقا اية صورة لهؤلاء الأشخاص.

- اجرى أساتذة جامعة كولمبيا 1997 دراسة حول تأثير نشر صور صحفية جديدة على ذاكرة القراء.

فأشارت النتائج الى ان الصور الصحفية تميل لان تفقد تأثيرها الفعال على القارئ بعد تكرار مشاهدتها.

وأن هناك علاقة ايجابية بين حداثة الصورة الصحفية وعناصر تفضيل مشاهدتها وزيادة زمن مشاهدتها، وسهولة تذكرها واسترجاعها.

4) ومن أثر استخدام الألوان وتعقيدات الصور على المجهود الذهني وعلى الذاكرة وعلاقتها بسرعة رد فعل القارئ ودقة إدراكه البصري. أجرى Gilbert & Scheduler 1990 دراسة وجدت أن:

- الصور (اسود+ ابيض) تحتاج الى زمن أطول لإدراكها.
- وان معدلات التذكر تزيد بالنسبة للصور المعقدة عن الصور بسيطة التركيب توصيات الورقة.

توصى الورقة بأن نهتم بالعناصر الآتية:

1) زوايا التصوير.
2) المدى الذي يتم منه التقاط الصورة The Focal Point.
3) اللحظة التي يختارها المصور لالتقاط الصورة (صورة مذكرة بوش داخل الجمعية العامة للأمم المتحدة).
4) الإضاءة (وهي لغة الصورة الأساسية، اذ يقوم الضوء كموصل للمعلومة مثل الكلمات المنطوقة تماما.
5) كما توصى الورقة بتأسيس جسم للمصورين الصحفيين بكل من الاتحاد والمجلس، على أن يؤسس الجسم لنفسه قواعد اخلاقية ملزمة لأعضائه.

6) معالجة الصور الصحفية قبل نشرها (بتعديل عنصر الضوء أو الخلفيات أو الألوان) هي واحدة من القضايا الأكثر إلحاحًا في عالمنا المعاصر، لأنها تتعلق بصدقية الصورة الصحفية.

المراجع باللغة العربية والأجنبية

أ) المراجع باللغة العربية:

1) وليد النجار: أخلاقيات الصحافة، متاح/2008/9. تم استعراضه بتاريخ http://soltanel3tor.maktoobblog.com/22 .

2) إيسن جوردان "كبير مديري الأخبار بشبكة "سي إن إن" مداخلة في برنامج "من واشنطن" حول: مواثيق الشرف الإعلامية الصحيحة، – http://www.aljazeera.net/NR/exeres/2BE18C39-6387-48F4-80C0-3D9BB84003DC.htm تم استعراضه بتاريخ 2009/9/23.

3) أحمد بوسميحة: مصداقية استخدام الصورة الصحفية في ظل القانون والأخلاقيات، مجلة التصوير الضوئي، متاح في http://www.foto :تم استعراضه بتاريخ 2008/9/22

4) خالد يونس، أحمد إبراهيم: حقوق الملكية الفكرية.. حماية أم احتكار؟، متاح في 2001/4/09.:

http://www.islamonline.net/Arabic/Science/2001/04/Article8.shtml

5) مداخلة وضاح خنفر "مدير قناة الجزيرة" في برنامج "من واشنطن، م.سابق.

6) د.عبد الرحمن محمد الشامي الأمانة الصحفية في نقل الأخبار والمعلومات من مصادرها في ضوء حقوق الملكية الفكرية ورقة مقدمة للندوة التي ينظمها موقع التغيير نت كلية الإعلام – جامعة صنعاء سبتمبر 2008

7) د.علي بن شويل القرني،" الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، جامعة ملك سعود

8) حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار المصرية، القاهرة، 1994، ص 194

9) د حمزة عبد الطيف، أزمة الضمير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002، ص 148
10) واسم الجمال: الإعلام والاتصال في العالم العربي، ط 2، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2001 ص 7
11) د. بشار أنطوان شار، صحافة عالمية، محاضرات لطلاب قسم الإعلام،دمشق، 2013
12) د. اديب خضور، مدخل الصحافة،33-37.
13) سمير عبد الحمن، الإعلام السوري، دار الرضا للنشر، دمشق، 2003،ص 137-138.
14) حسن عماد مكاوي، اخلاقية العمل الإعلامي" دراسة مقارنة"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص152
15) عبد الحميد الشواربي، الجرائم التعبيرية " جرائم الصحافة والنشر"منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص213.
16) وليام ل ،ريفرز وآخرون" وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إبراهيم إمام، القاهرة، دار المعرفة، 1975،ص 62-63.
17) د. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة دراسة في ترتيب الأولويات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997.
18) د. احمد خليل حامد "الصورة الصحفية"، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، المجلس القومي لصحافة والمطبوعات الصحفية،فبراير 2012
19) سمان فوزي عمر، المسؤولية المدنية لصحفي، ط1، دار وائل لنشر، عمان، 2007، ص 45
20) ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص 243.
21) خليل أحمد صابات – الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، القاهرة، دار المعارف،د.ت.ن، ط2،ص272

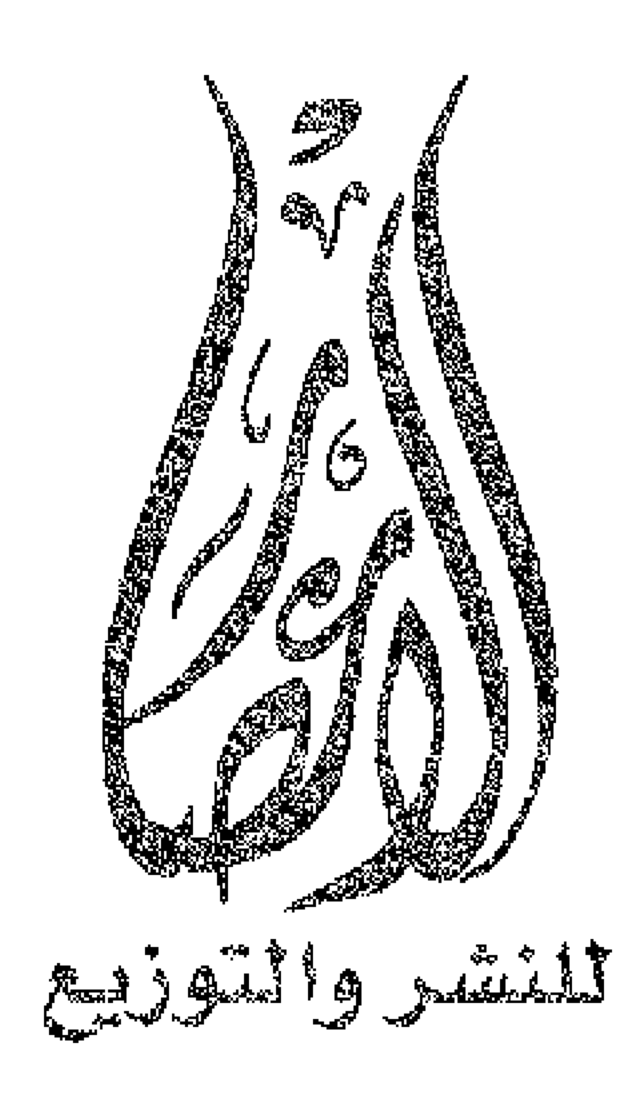
22) احمد زكي بدوي، معجم المصطلحات والإعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، ص71.
23) د. مصطفى مصمودي: سلسلة عالم المعرفة، العدد(94) تشرين الأول/1985، الكويت.
24) السيد بخيت: حقوق وواجبات الصحفيين في مواثيق الشرف في العالم (دراسة مقارنة)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد -207الثاني– العدد الرابع، أكتوبر/ديسمبر 2001168
25) جيهان احمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام – دار الفكر العربي – القاهرة 1975 م.
26) د. محمد عبد الحميد/ د. السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة 2004
27) حسن محمد حسن، الاصول البجمالية للفن الحديث، دار الفكر العربى الحديث الكويت 1979
28) فاروق وهبة، ظاهرة الاغتراب فى فن التصوير، الهيئة المصرية العامة للكتاب 2001
29) محمد حماد، تكنولوجيا التصوير، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1972.

ب) المراجع باللغة الأجنبية:

1. www.psfk.com/2005/04/abloid_newspapers
2. www.en:wikipedia.org/wiki/broadsheet
3. Lewis, David, "Tabloids to Broadsheets: Drop Dead", www.newsandtech.com/nexpo/2005
4. http://en.wikipedia.org/wiki/the_sun
5. http://en.wikipedia.org/wiki/lib%c3%a9rations
6. http://en.wikipedis.org/wiki/bild--zeitung
7. http://www.docoja.com/cgi-bin/keywordj?polg+newspaper+dico/polgifg
8. http://www.ketupa.net/yomiuri.htm#introduction
9. www.editorsweblog.org/print_newspapers/2004/03/ the_yomiuri_shimbun_and_the_times_announ.php
10. http://www.time.com/time/magazine/printout/0,8816,921337,00.html
11. http://[1] Trends in Newsrooms 2006, p 39
12. World Association Newspapers, www.wan-press.org, June, 2006.
13. adv.yomiuri.co.jp/m-data/english/02yomiuri_a.html
14. www.en.wikipedia.org/wiki/daily_telegraph
15. http://en.wikipedis.org/wiki/tabloid
16. www.poynter.org/content/content_view.asp
17. www.iht.com/articles/2005/05/15/business/papers16
18. www.en.wikipedia.org/wiki/berliner
19. Nerone, John and Kevin Barnhurst, "Visual Mapping and Cultural Authority: Design Changes in U. S. newspapers, 1920-1940", Journal of Communication:45, 1995, pp. 9-43
20. Garcia, Mario, "We 've come a long way", The America Editor, April, 2000, pp. 4-5.
21. Utt, Sandra and Steven Pasternack, "Front page Design: Some Trends Continue", Newspaper Research Journal:24: 3, 2003, p. 48
22. http://wikipedia.org/wiki/news_design
23. http://eg.wikipedia.org/wiki/new_york_times

24. www.brasstacksdesign.com/bfd/
25. Moses, Monica, "Consumer Mentality" The American Editor, April, 2000, pp. 6–7
26. MacCártney, James, "USA Today grows up", American Journalism Review: 19:7, September 1997, p. 18
27. Hartman, John k. (1992) The USA Today Way, Central Michigan University, p. 5
28. Morton, John, "Spreading the News: As Circulation Dwindles, Newspaers Turn to New Products to Court Readers", American Journlaism Review:27:4, Augest–September 2005.
29. The state of news media: An annual report on American journalism, Journalism. Org.
30. Newspapers Association of America, www.naa.org
31. Niblock, Sarah, Inside Journalism, Blueprint: London, 1996.
32. Pasadeos, Yorgo and Paula Renfro, "An Appraisal of Murdoch and the U.S. Daily Press", Newspaper Research Journal: 19: 1–2, 1997. p.33
33. Kirkland, Richard and Gwen Kinkead, "Rupert Murdock's Motley Empire", Fortune, February 20, 1984, p. 242.
34. Osterer, Irv, "The Tabloids! It must be True.. We Saw It In", Arts & Activities: 140:2, October 2006.
35. Press Lord of Mass Ignorance, The Nation, May 24, 1980, p. 617.
36. William Peter: From the editors, Global Issue, an Electronic Journal of the U.S. Department of State, April 2001, Volume 6, Number 1 متاح في:
37. http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0401/ijge/ijge0401.htm#note تم استعراضه بتاريخ 2008/9/23
38. http://www.ayamm.org/arabic/Media%20codes.htm تم استعراضه بتاريخ 2008/9/22
39. Kotler، Philip. Marketing Management 9th ed. Prentice Hall Inc, NJ. 1997.

40. William Wells. John Burnet & Sandra Moriarty ; Advertising Principles and Practices.
41. Englewood Cliffs، 1989.
42. DeVito، An Introduction to Human Communication، Pearson Publishing, Boston USA
43. 2005.
44. Beebe & Others، Communication Principle for a Lifetime،
45. John R. Bittner; Mass Communication: An Introduction. Prentice Hall NJ. 1986.
46. Gibson R. & Zillmann D., Reading between the photographs, the influence of incidental
47. pictorial information on issue perception. Journalism & Mass Communication Quarterly. Summer 2000.
48. Gilberts K.& Schleuder, J.، Effects of Color and Complexity in Still Photographs on
49. Mental Effect Memory, Journalism Quarterly،Winter 1990
50. Teri Kwal Gamble/ Michael Gamble,. Communication.، McGrow– Hill K, USA 2002
51. Joseph A. DeVito, Introduction to Human Communication,. Alyan & Bacon MA. USA,.2006..


للنشر والتوزيع